



INSTITUTOS SUPERIORES DE ENSINO DO CENSA  
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
E DA SAÚDE  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**ANÁLISE FINANCEIRA DAS EMPRESAS VAREJISTAS *E-COMMERCE*  
LISTADAS NO ÍNDICE BOVESPA NO PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL  
CAUSADO PELA COVID-19.**

Por

Arthur Messias Sodré Cunha  
Iury Pessanha Barreto

Campos dos Goytacazes - RJ  
Dezembro/2022



INSTITUTOS SUPERIORES DE ENSINO DO CENSA  
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
E DA SAÚDE  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**ANÁLISE FINANCEIRA DAS EMPRESAS VAREJISTAS *E-COMMERCE*  
LISTADAS NO ÍNDICE BOVESPA NO PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL  
CAUSADO PELA COVID-19.**

Por

Arthur Messias Sodré Cunha  
Iury Pessanha Barreto

Trabalho de conclusão de curso apresentado em  
cumprimento às exigências para obtenção do grau  
no curso de graduação em Administração nos  
Institutos Superiores de Ensino do CENSA.

Orientador: Saulo Araújo Jardim, M.Sc. - UENF

Campos dos Goytacazes – RJ  
Dezembro/ 2022

### Ficha Catalográfica

Cunha, Arthur Messias Sodré

Análise financeira das empresas varejistas *e-commerce* listadas no índice bovespa no período de isolamento social causado pela covid-19/ Arthur Messias Sodré Cunha; Iury Pessanha Barreto. - Campos dos Goytacazes (RJ), 2022.

52 f.: il.

Orientador: Prof. Saulo Araújo Jardim

Graduação em (Psicologia) - Institutos Superiores de Ensino do CENSA, 2022.

1. Administração. 2. E-Commerce. 3. Covid-19. I.Título. II. Iury Pessanha Barreto

CDD

Bibliotecária responsável: Glauce Virgínia M. Régis CRB7  
- 5799. Biblioteca Dom Bosco

**ANÁLISE FINANCEIRA DAS EMPRESAS VAREJISTAS *E-COMMERCE*  
LISTADAS NO ÍNDICE BOVESPA NO PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL  
CAUSADO PELA COVID-19.**

ARTHUR MESSIAS SODRÉ CUNHA  
IURY PESSANHA BARRETO

Trabalho de conclusão de curso apresentado em  
cumprimento às exigências para obtenção do grau  
no curso de graduação em Administração nos  
Institutos Superiores de Ensino do CENSA.

Aprovado em 06 de dezembro 2022.

**BANCA EXAMINADORA**



---

Saulo Jardim de Araujo, M.Sc. – UENF



---

Laís Novaes Pillar de Oliveira Castro, M.Sc. – UENF



---

Frank Pavan de Souza, D.Sc. - UFRJ

## **AGRADECIMENTOS**

### **Agradecimento do Iury Barreto**

Agradeço a Deus e aos meus pais Roquiney e Adriana, meus maiores exemplos, a minha noiva Mariana e sua família por todo incentivo.

Ao ISECENSA e todo seu corpo docente, vocês me inspiraram a me tornar um profissional melhor a cada dia.

Obrigado (a) aos amigos e colegas que me deram o suporte necessário para chegar até aqui. A vocês, todo meu carinho e gratidão!

### **Agradecimento do Arthur Cunha**

Dedico e agradeço essa dissertação à minha família, minha mãe Andréa, meu pai Geraldo, minha irmã Andressa e minha namorada Lays. Sem eles eu não chegaria até aqui. Obrigado por todo amor e carinho!

A todos os professores e integrantes do ISECENSA por trabalharem arduamente para trazer o melhor para nós discentes. Aos meus amigos e colegas durante toda essa jornada, tornando cada semestre uma nova aventura.

E por fim, mas não menos importante, ao grande amigo e parceiro Oswaldo por todo incentivo e confiança depositados em mim.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Balanço Patrimonial	14
Figura 02: Modelo de Demonstração do Resultado de Exercício	16
Figura 03: Fórmula para o cálculo da Composição de Endividamento	20
Figura 04: Fórmula para o cálculo da Participação do Capital de Terceiros	21
Figura 05: Etapas da Metodologia para Análise das Empresas Varejistas e-commerce	29
Figura 06: Fórmula para o cálculo da Composição de Endividamento	31
Figura 07: Fórmula para o cálculo da Participação do Capital de Terceiros	31
Figura 08: Resultados dos Indicadores de Liquidez Corrente	34
Figura 09: Resultados dos Indicadores de Liquidez Seca	35
Figura 10: Resultados dos Indicadores de Liquidez Geral	36
Figura 11: Resultados dos Indicadores de Liquidez Imediata	37
Figura 12: Resultados dos Indicadores de Retorno sobre Ativos	38
Figura 13: Resultados dos Indicadores de Retorno sobre o Capital	39
Figura 14: Resultados dos Indicadores de Giro de Ativo Total	40
Figura 15: Resultados dos Indicadores de Margem Líquida	41
Figura 16: Resultados dos Indicadores de Participação de Capitais de Terceiros	42
Figura 17: Resultados dos Indicadores de Composição de Endividamento	43
Figura 18: Resultados dos Indicadores de Preço/Lucro	44
Figura 19: Resultados dos Indicadores de Preço/Valor Patrimonial	45
Figura 20: Resultados dos Indicadores de <i>Price to Sale Ratio</i>	46
Figura 21: Resultados dos Indicadores de <i>Dividend Yield</i>	47

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Indicadores de Liquidez	19
Quadro 02 - Principais Indicadores de Rentabilidade	22
Quadro 03 - Principais Indicadores de Mercado	23
Quadro 04 - Indicadores de Liquidez	30
Quadro 05 - Principais Indicadores de Rentabilidade	31
Quadro 06 - Principais Indicadores de Mercado	31

## SUMÁRIO

CAPÍTULO 1: REVISÃO DE LITERATURA	10
1.1 Mercado de Capitais	10
1.2 Bolsa de Valores e Ações	11
1.3 Setor De Varejo	12
1.3.1 Setor varejo e-commerce	13
1.4 Demonstrações Financeiras	13
1.5 Análise Financeira e Seus Principais Indicadores	17
1.5.1 Índices de liquidez	19
1.5.2 Índices de endividamento	20
1.5.3 Índices de rentabilidade	21
1.5.4 Índices de mercado	22
CAPÍTULO 2: ARTIGO CIENTÍFICO	24
1. INTRODUÇÃO	26
2. METODOLOGIA	27
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO	32
3.1 Índices de liquidez	33
3.1.2 Índice de liquidez seca (ILS)	34
3.1.3 Índice de liquidez geral (ILG)	35
3.1.4 Índice de liquidez imediata (ILI)	36
3.2 Índices de Rentabilidade	37
3.2.1 Retorno sobre ativos (ROA)	38
3.2.2 Retorno sobre capital próprio (ROE)	39
3.2.3 Giro de ativo total (GAT)	40
3.2.4 Margem Líquida (ML)	41
3.3 Índices de Endividamento	41
3.3.1 Participação de capitais de terceiros (PCT)	42
3.3.2 Composição do endividamento (CE)	43



3.4 Índices de Mercado	43
3.4.1 Preço/Lucro (P/L)	43
3.4.2 Preço / Valor Patrimonial (P/VP)	44
3.4.3 Price to Sales Ratio (P/SR)	45
3.4.4 Dividend Yield (DY)	46
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
5. REFERÊNCIAS	48
CAPÍTULO 3: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50

## CAPÍTULO 1: REVISÃO DE LITERATURA

### 1.1 Mercado de Capitais

O significado de mercado de capitais no Brasil, era conceituado como o de ações, estes estavam sendo considerados análogos. Porém o mercado de ações se tornou uma ramificação dentro do mercado de capitais. Por sua vez, foi amplificado devido inúmeros instrumentos como; mercado futuro, primário, secundário, créditos, debêntures, recebíveis, ações, e os demais.

Com o surgimento desta concepção, serviu para beneficiar um sistema capaz de capitalizar investidores beneficiando toda uma sociedade. As empresas que aspiram por aportes de alternados investidores têm ensejos por meio de instrumentos financeiros, com finalidade cardeal de financiar suas tarefas ou predispor concepções de investimentos.

Conceitua-se mercado de capitais:

O mercado de capitais é uma das formas que pode assumir a intermediação financeira, ou troca de recursos entre agentes no sistema capitalista. Sua finalidade é garantir a capitalização das empresas, ao mesmo tempo em que proporciona retornos atraentes a seus investidores. O mercado de capitais, representado pelas Bolsas Valores e mercados de balcão organizados, contempla as operações com valores mobiliários de médio e longo prazos, como ações, debêntures, *commercial papers*, bônus de subscrição. Seu objetivo é proporcionar liquidez aos títulos de propriedade e de dívida de emissão das empresas e viabilizar seu processo de capitalização. (PEROBELLI, 2007, p. 25-26)

Corroborando, o autor Meneses (2011) pontua que:

O mercado de capitais é aquele que torna viáveis projetos que procuram sócios que queiram participar do risco do empreendimento na expectativa de retornos maiores que as taxas de juros bancários, tornando, assim, mais eficiente a alocação de recursos. Podemos dizer que o mercado de capitais é um segmento do mercado em que as empresas negociam riscos (ações, debêntures etc.). (MENESES et. al 2011, p. 101)

Com o surgimento desta concepção, serviu para beneficiar um sistema capaz de capitalizar investidores, beneficiando toda uma sociedade. As empresas que aspiram por aportes de alternados investidores têm ensejos por meio de instrumentos financeiros, com finalidade cardeal de financiar suas tarefas ou predispor concepções de investimentos.

Segundo, Sinatora (2016) o mercado de capitais:

[...] conta com os administradores de mercado, que fazem parte, junto aos anteriores, dos participantes desse mercado. São eles: as bolsas de valores (locais que se comercializam títulos e valores mobiliários), as depositárias (centrais onde realiza-se a custódia dos títulos) e as consultorias (que assessoram o mercado). Conta, também, com outros participantes, como os analistas de mercado dos valores mobiliários (que analisam dados e os transformam em informações de mercado), as empresas de auditoria (que emitem parecer e aumentam a confiabilidade das informações empresariais) e as consultorias especializadas. (SINATORA, 2016)

A estrutura deste, de acordo com Sinatora (2016), fragmenta-se em mercado primário e secundário. Sequencialmente, no primário acontecem as negociações iniciais, realizadas entre as organizações. É neste mercado que ocorre a iniciativa do capital aberto onde são disponibilizados os ativos para venda aos futuros investidores. Todavia, o mercado secundário, é o que se ocorre após esta disponibilização. Onde investidores negociam as ações entre si, realizando compra e venda desses títulos. Nota-se que, no primário relaciona empresa-investidor, já no secundário a relação está entre investidor-investidor.

## **1.2 Bolsa de Valores e Ações**

A bolsa de valores caracteriza-se por ser mercados sistemáticos e ordenados. Nela, basicamente, ocorrem operações onde investidores físicos ou jurídicos realizam compra ou venda de ações a partir de um conjunto de regras através de corretoras.

De acordo com Gomes (2007, p. 41) a bolsa de valores “é um mercado onde são efetuadas transações de compra e venda de produtos agrícolas e matérias primas ou valores mobiliários. Estes últimos, representados por títulos de empresas privadas e instituições governamentais, compreendem as debêntures e as ações. ”

No Brasil, estas transações são praticadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). É através da MEGABOLSA (um complexo digital integrado de negociações) que as propostas são introduzidas nas plataformas das corretoras, no qual os investidores têm total acesso às informações.

Segundo, Franco (2017, p. 82) ações:

[...] são cotas (ou partes) de uma empresa. São títulos de renda variável, emitidos por empresas de capital aberto. Quando se compra uma ação, você se torna um pequeno sócio de uma empresa, juntamente com todas as outras pessoas (físicas ou jurídicas) que detêm ações, ou seja, você passa a fazer parte do quadro de acionista da empresa. Em tese você é o dono de uma fração de cada prédio, automóvel, peça de mobília e qualquer outro bem da empresa. Apesar de adquirir uma pequena parte da empresa você se tornará sócio de empresas com ótimo potencial futuro. Quanto mais ações possuir, maior é sua parcela. Imagine que você estará se tornando sócio de empresas

como Petrobras, Vale, Banco do Brasil entre outras inúmeras companhias.

Dentro da BOVESPA, existem uma grande gama de Empresas de Sociedades Anônimas (S.A.). De acordo com a lei nº 6.404/1976:

Art. 1º A companhia ou sociedade anônima terá o capital dividido em ações, e a responsabilidade dos sócios ou acionistas será limitada ao preço de emissão das ações subscritas ou adquiridas. Art. 2º Pode ser objeto da companhia qualquer empresa de fim lucrativo, não contrário à lei, à ordem pública e aos bons costumes. § 1º Qualquer que seja o objeto, a companhia é mercantil e se rege pelas leis e usos do comércio.  
§ 2º O estatuto social definirá o objeto de modo preciso e completo.  
§ 3º A companhia pode ter por objeto participar de outras sociedades; ainda que não prevista no estatuto, a participação é facultada como meio de realizar o objeto social, ou para beneficiar-se de incentivos fiscais. (BRASIL, 1976)

As empresas listadas na BOVESPA são todas de sociedade anônima e são obrigadas a seguirem uma série de normas, regras e leis. Estas, impõem que as organizações elencadas sejam explícitas em seus relatórios contábeis e em seus objetivos.

### **1.3 Setor De Varejo**

Dentro da Bolsa de Valores Brasileira, existem 1.741 empresas listadas (B3, 2022) com seus capitais abertos para investimentos, desagregados em setores. Estes, agrupam empresas que apresentam semelhanças em suas estruturas e formas de atuação perante o mercado de capitais.

Define-se “Varejo” como “Modalidade comercial cujas vendas são feitas diretamente com o comprador final sem a ajuda de intermediários.” (VAREJO, 2022)

O autor Bertero (2006), define varejo como:

[...] é uma atividade econômica que esteve quase sempre conosco. É contemporânea da produção, mas não das formas de produção. Por essa razão é que ele de certa forma existiu noutras culturas, noutras épocas e até em sistemas econômicos que antecederam o capitalismo. (BERTERO, 2006, p. 2)

O Varejo, segundo Martinho (2011) é um segmento bastante turbulento e movimentado, onde muitas das vezes são necessárias tomadas de decisões aceleradas. Para alcançar os objetivos essenciais deste setor, sobressaem nas organizações o rudimento e experiência do negócio.

No entendimento da autora Santos (1997), dentro do segmento existem

posições corriqueiras de operações; se destacam: concessão, comercialização, obtenção e entrega. No que se diz respeito a mão-de-obra deste setor, a autora afirma que historicamente esta é menos especializada do que os demais, principalmente comparada ao ramo industrial.

### **1.3.1 Setor varejo e-commerce**

Dentro do setor varejo referenciado acima, temos subgrupos que se caracterizam por suas similaridades de atuação. Neste presente trabalho será abordado as empresas do subgrupo varejo *e-commerce*. De acordo com Pinheiro (2008):

O e-commerce também denominado de comércio eletrônico é a forma online de compra e venda, na qual clientes conectados a uma loja virtual podem adquirir os mais diversos produtos e serviços disponíveis na grande rede de forma online e receber em um prazo determinado no endereço informado no ato da compra. (PINHEIRO, 2008 apud MÜLLER, 2013, p. 17)

As organizações listadas neste segmento são, de acordo com a Bolsa de Valores Brasileira (B3, 2022), Via Varejo S.A. (VIAA3); Magazine Luiza (MGLU3) e Americanas S.A. (AMER3).

## **1.4 Demonstrações Financeiras**

Segundo Natália Diniz (2015):

[...] o Balanço Patrimonial representa todos os bens, direitos e obrigações que uma empresa possui. Os bens e direitos ficam do lado esquerdo do Balanço, chamado de ativo e no lado direito ficam as obrigações e o Patrimônio Líquido chamado de Passivo. (DINIZ, 2015)

Para Ribeiro (2015) “A análise de Balanços é uma técnica contábil que consiste no exame e na interpretação dos dados contidos nas demonstrações contábeis”, essa técnica tem como objetivo realizar um banco de dados informativos que posteriormente serão transformados em informações e indicadores contábeis e financeiros úteis para diagnosticar a saúde econômica financeira, para tomada de decisões por parte dos *stakeholders*<sup>1</sup> é fundamental um diagnóstico confiável.

O autor Ludícibus (2017), complementa que:

As demonstrações financeiras e contábeis devem representar aproximadamente a posição financeira e patrimonial, o desempenho e os fluxos de caixa da entidade. Deve fazer uma exposição resumida e ordenada

dos principais fatos registrados pela contabilidade que causam mutações no patrimônio das empresas, em determinado período. São elaboradas e apresentadas para usuários externos em geral, tendo em vista suas finalidades distintas e necessidades diversas. (LUDÍCIBUS, 2017 p. 96)

<b>Balanço Patrimonial</b>	
<b>Ativo</b>	<b>Passivo</b>
<b>Ativo Circulante</b> Disponibilidade (Caixa e Banco) Clientes Estoques	<b>Passivo Circulante</b> Empréstimos Financiamentos Bancários Fornecedores Obrigações Trabalhistas e Tributárias Outras Obrigações
<b>Ativo Não Circulante</b>  Ativo Realizável a Longo Prazo Investimentos Imobilizado Intangível	<b>Passivo Não Circulante</b> Empréstimos Financiamentos
	<b>Patrimônio Líquido</b> Capital Social Reservas de Capital Ajustes de Avaliação Patrimonial Reservas de Lucros Ações ou Quotas em Tesouraria (Lucros ou) Prejuízos Acumulados

Figura 01: Balanço Patrimonial. Fonte: PINHO e ROCHA, 2017, p. 36.

Pinho e Rocha. (2017, p. 36) disserta que, o Balanço Patrimonial (BP) além de trazer as contas contábeis, deve informar detalhadamente a data deste lançamento. Na elaboração de um BP devemos realizar o lançamento de todos os ativos e passivos da organização, e também, o patrimônio líquido. É de suma importância que estes dados contábeis sejam organizados estruturalmente de forma ordenada e coesa para que seus entendimentos sejam claros e possam ser dispostos para balanços sucessivos.

De acordo com, Natália Diniz (2015) podemos entender como ativo circulante:

[...] esse subgrupo do ativo é composto por todas as contas de liquidez imediata ou que se convertem em dinheiro em curto prazo, ou seja, nesse subgrupo devem ser registrados todos os direitos cujos vencimentos ocorrerão até o final do exercício seguinte ao encerramento do balanço. (DINIZ, 2015 p.62)

Para a autora, Diniz (2015), a diferença entre o total do ativo e do passivo é considerado o Patrimônio Líquido da empresa que:

Identifica os recursos próprios da empresa, sendo formado pelo capital investido pelos acionistas (sócios), mais os lucros gerados nos exercícios e que foram retidos na empresa (lucros não distribuídos). A legislação vigente prevê que o patrimônio líquido é constituído por Capital Social, Reservas de Capital, Ajustes de Avaliação Patrimonial, Reservas de Lucros, Ações em tesouraria e prejuízos acumulados. (DINIZ, 2015 p.72)

Conforme Salotti et al. (2019):

O confronto de ativos e passivos gera o patrimônio líquido da entidade, que representa o valor residual para os acionistas depois de utilizar os ativos para liquidar todas as suas obrigações. (SALOTTI et al., 2019 p. 37)

Deste modo, por meio do BP, uma parte interessada pode analisar como se forma o patrimônio líquido da empresa, se esta terá recursos suficientes para sanar suas dívidas, se apresenta um fluxo de caixa crescente, se esta organização em questão segue princípios e diretrizes compatíveis com seus ideais.

A demonstração de resultados, também conhecida como DRE

[...] é um relatório que evidencia, sumariamente, o resultado das operações realizadas pela organização ao longo de um período de tempo, podendo ser lucro ou prejuízo, se organização com fins de lucro; déficit ou superávit, se for uma organização sem fins lucrativos. Diferentemente do balanço patrimonial, que é um relatório estático (de fim de período), a demonstração de resultados abrange um período de tempo e, por essa razão, é considerada uma demonstração dinâmica. (SALOTTI et al., 2019 p. 43)

“A DRE e o Balanço Patrimonial são demonstrações que se completam, o usuário conhece a situação patrimonial e econômico-financeira de uma empresa, podendo realizar análises, estimar variações, dentre outras interpretações.” (PINHO; ROCHA, 2017, p. 122).

	<b>RECEITA BRUTA</b>
(+)	Vendas de Produtos
(+)	Vendas de Mercadorias
(+)	Prestação de Serviços
	<b>(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA</b>
(-)	Devoluções de Vendas
(-)	Abatimentos
(-)	Impostos e Contribuições Incidentes sobre Vendas
=	<b>RECEITA LÍQUIDA</b>
	<b>(-) CUSTOS DAS VENDAS</b>
(-)	Custo dos Produtos Vendidos
(-)	Custo das Mercadorias
(-)	Custo dos Serviços Prestados
=	<b>LUCRO (OU PREJUÍZO) BRUTO</b>
	<b>(-) DESPESAS OPERACIONAIS</b>
(-)	Despesas Com Vendas (Frete, Seguros sobre vendas, etc.)
(-)	Despesas Administrativas
	<b>(+/-) RECEITAS / DESPESAS FINANCEIRAS LÍQUIDAS</b>
(-)	Despesas Financeiras (desconto financeiro concedido)
(+)	Receitas Financeiras (desconto financeiro obtido)
(-)	Variações Monetárias e Cambiais Passivas
(+)	Variações Monetárias e Cambiais Ativas
	<b>OUTRAS RECEITAS E DESPESAS</b>
(+)	Resultado da Equivalência Patrimonial
(+)	Venda de Bens e Direitos do Ativo Não Circulante
(-)	Custo da Venda de Bens e Direitos do Ativo Não Circulante
=	<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b>
(-)	Provisão para Imposto de Renda
(-)	Provisão para a Contribuição Social
=	<b>LUCRO LÍQUIDO ANTES DAS PARTICIPAÇÕES</b>
(-)	Debêntures, Empregados, Participações de Administradores, Partes Beneficiárias, Fundos de Assistência e Previdência para Empregados
=	<b>RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>

Figura 02: Modelo de Demonstração do Resultado de Exercício. Fonte: PINHO e ROCHA (2017, p. 123).

“Compreende-se como Fluxo de Caixa, os registros e os controles existentes da movimentação do caixa, compreendendo assim as entradas e saídas dos recursos financeiros que tenham ocorrido em um determinado intervalo de tempo. ” (FRIEDRICH; BRONDANI, 2005)



Corrobora ainda o autor Carlos Alexandre de Sá (2014, p. 11) “chamamos de fluxo de caixa ao método de captura e registro dos fatos e valores que provoquem alterações no saldo de caixa e sua apresentação em relatórios estruturados. ”

“Desenvolver fluxo de caixa é saber como organizar adequadamente o sistema financeiro referente a movimentação diária de numerários e sua influência no sistema empresarial organizacional. ” (MARQUES, 2011)

A todo momento dentro das empresas surgem oportunidades de iniciar novos projetos e realizar novos investimentos. Por isso, é fundamental definir um começo e fim, como uma vida útil deste processo. Assim, através dos fluxos de caixa anteriores pode-se ter uma estimativa dos eventuais retornos desse investimento. (MARQUES, 2011)

Com relação a importância do fluxo de caixa, os autores Friedrich e Brondani (2005) expressa:

O fluxo de caixa assume importante papel no planejamento financeiro das empresas. Através do Fluxo, a administração da empresa poderá adotar medidas que possibilitam a boa gestão de seus recursos, evitando desta forma problemas de liquidez e insolvência, que são a maior ameaça à contabilidade das empresas. A correta aplicação da ferramenta fluxo de caixa, dará condições do administrador conhecer o quanto a sua empresa é independente financeiramente. Através da análise da sua capacidade de geração de recursos com vistas a saldar seus compromissos e remunerar seus investimentos. (FRIEDRICH; BRONDANI 2005, p.102)

Deste modo, o fluxo de caixa pode ser analisado pelo seu histórico; que irá demonstrar os resultados e desempenhos passados, e também, o fluxo de caixa projetado, que por sua vez, tende a prever possíveis situações e pontos críticos para facilitar a tomada de decisão mediante aos levantamentos apurados. (SÁ. 2014)

### **1.5 Análise Financeira e Seus Principais Indicadores**

De acordo com Pinheiro (2014, p. 466), na universidade de Columbia, situada em Nova Iorque – Estados Unidos, o docente Benjamin Graham lecionava para uma turma de economia por volta de 1929. Ocorreu neste período a transformação revolucionária sobre a avaliação de aplicações que perduram até os dias atuais. Em seguida, poucos anos futuros, desenvolveu uma forma de investimento dissemelhante para o período. Este, constatou o valor intrínseco das ações, com objetivo inicial de apresentar as vantagens dos ativos.

A gestão financeira vem se provando de extrema importância para as empresas, todavia, para o planejamento e tomada de decisões dos gestores esse

gerenciamento serve de base para nortear estas sentenças. Em tempos pandêmicos, a implicação precipitada ou negativa deste gerenciamento pode acarretar o colapso de grandes empresas.

“A análise financeira tem por princípio avaliar os fundamentos da empresa para tomar a decisão de investimento. Para avaliarmos uma empresa é necessária uma análise profunda de suas demonstrações financeiras. ” (KOBORI, 2011 p. 69)

Para Costa (2011) esta análise busca mensurar qual o verdadeiro valor da empresa. É através dela que determinamos a projeção de evolução das organizações. Tem como base principal as particularidades financeiras da empresa. Para investidores no mercado de ações, esta ferramenta tem características para avaliar as operações no médio e longo prazo.

Conforme Marion (2007, p.15):

[...] só temos condições de conhecer a situação financeira de uma empresa por meio dos três pontos fundamentais: liquidez (situação financeira), rentabilidade (situação econômica) e endividamento (estrutura de capital).

Ainda sobre, Zdanowicz (2012, p. 67), afirma que de uma forma seletiva a análise financeira compreende aspectos relacionados a flexibilidade de caixa, relacionando estes com os essenciais indicadores de origens internas e externas que abalam toda empresa. É possível realizar inúmeras análises financeiras através das Demonstrações Financeiras, com o objetivo de examinar o comportamento empresarial da organização.

Nota-se a extrema importância de uma análise econômica financeira de uma organização, todavia esta apresentará o cenário verdadeiro e concreto da empresa com relação ao seu preço-justo frente ao seu mercado de atuação.

Para o gestor de uma organização, os resultados da análise econômico-financeira possuem grande significância para tomar decisões. Visto que, o gestor-administrador terá a possibilidade de apurar e examinar o progresso dos resultados em determinados momentos, juntamente analisando com empresas do mesmo segmento para determinar a real posição de sua organização.

Segundo Zdanowicz (2012), as utilidades essenciais para uma organização elaborar as técnicas da análise fundamentalista são:

[...] a) Determinar a lucratividade (margem) obtida e compará-la com o setor; b) Calcular o giro (rotação) dos produtos e/ou atividades no período; c) Apurar o retorno sobre o investimento total e próprio; d) Projetar a participação dos funcionários nos resultados; e) Conhecer os níveis mínimos e máximo de liquidez através do fluxo de caixa; f) Fixar um grau de endividamento aceitável; g) Ter o prévio conhecimento do ponto de equilíbrio das áreas e produtos; h) Adequar o capital de giro ao nível de atividade; i) Calcular

quantos dias, em média, são necessários para financiar o ciclo operacional. (ZDANOWICZ, 2012, p. 7)

De acordo com Costa (2020, p. 16) “a Análise Financeira possibilita um maior acerto a longo prazo, mas a maioria dos investidores não tolera perdas por muito tempo. ” Segundo os autores, as principais vantagens dessa análise estão relacionadas ao amadurecimento da empresa, identificando diferenciais competitivos pertinentes, não ficando vulnerável à volatilidade do mercado em ambientes macroeconômicos.

Uma análise econômica de uma empresa visando investigar a parte econômico-financeira deve ser realizada por meio dos índices de liquidez, endividamento e rentabilidade.

### 1.5.1 Índices de liquidez

A liquidez “é o volume de dinheiro que circula no mercado. Se a liquidez é alta, é porque há muito dinheiro circulando pelos bancos e instituições. Se ela é apertada, é porque falta dinheiro.” (Pesente, 2019)

De acordo com Marion (2007), os índices de liquidez podem ser subdivididos em quatro indicadores: Liquidez Corrente (ILC) que demonstra a competência da organização pagar todos os seus passivos em um curto prazo; Liquidez Seca (ILS) que tem as características semelhantes a ILC, porém não considera os estoques do ativo circulante; Liquidez Imediata (ILI) considerado o mais conservador dentre os indicadores e a Liquidez Geral (ILG), este conjectura também a liquidez em um cenário de longo prazo.

A tabela abaixo, “resume os indicadores de liquidez, sua classificação e sua forma de obtenção: ” (CANITO et al., 2019, p. 316 - 328)

Quadro 01 – Indicadores de Liquidez

Indicador de Liquidez	Classificação	Forma de Obtenção	Critérios “ideais”
Corrente – ILC	De curto prazo	Ativo Circulante / Passivo Circulante	> 2
Imediata – ILI	De prazo imediato	Disponíveis / Passivo Circulante	Quanto maior melhor
Seca – ILS	De curto prazo	(Ativo Circulante – Estoques) / Passivo	> 1

		Circulante	
Geral – ILG	De Longo prazo	(Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) / (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante)	> 1

Fonte: (CANITO et al., 2019, p. 316 - 328)

### 1.5.2 Índices de endividamento

Os índices de endividamento revelam se a empresa é financiada por capitais de terceiros ou por capitais próprios. “Este índice revela o grau de endividamento da empresa.” (TÉLES, 2003). “O objetivo dessa análise é avaliar a proporção de recursos próprios e de terceiros mantidos pela organização, a dependência apresentada por dívidas de curto prazo, a natureza de suas obrigações financeiras e seu risco financeiro.” (DINIZ, 2015. p. 72)

Para analisar o endividamento é necessário levantar a composição do endividamento (CE), segundo Matarazzo (2010) esse indicador demonstra o percentual do passivo circulante (capital de terceiros no curto prazo) e o capital de terceiros totais (passivo total). É favorável que as dívidas de curto prazo sejam menores que as dívidas de longo prazo, a concentração do endividamento seja no prazo maior, pois assim a empresa poderá produzir por um período maior aumentando suas chances de quitar suas obrigações no tempo.

$$CE = \left( \frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Capital de Terceiros}} \right) \times 100$$

Figura 03: Fórmula para o cálculo da Composição do Endividamento. Fonte: DINIZ (2015, p. 114)

Outro indicador principal para analisar o endividamento, segundo Matarazzo (2010) é a Participação de Capitais de Terceiros (PCT). Este índice, relaciona o capital de terceiros (passivo total) com o patrimônio líquido. O objetivo deste, é expressar qual a parte da empresa é composta por dívidas. De acordo com, Diniz (2015):

O índice de participação de capitais de terceiros relaciona as duas grandes fontes de recursos da empresa, ou seja, Capitais Próprios (Patrimônio Líquido) e Capitais de Terceiros (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante). É um indicador de risco ou de dependência de terceiros. Do ponto de vista estritamente financeiro, quanto maior a relação Capitais de Terceiros / Capital Próprio, menor a liberdade de decisões financeiras da empresa.

Sendo assim, quanto menor for o valor encontrado para este índice, melhor. (DINIZ, 2015, p. 112)

$$PCT = \frac{\text{Capital de Terceiros}}{\text{Patrimônio Líquido}} \times 100$$

Figura 04: Fórmula para o cálculo da Participação do Capital de Terceiros. Fonte: DINIZ (2015, p. 112)

### 1.5.3 Índices de rentabilidade

De acordo com a autora Diniz (2015, p. 124-125)

Os índices de rentabilidade demonstram os resultados financeiros de determinada empresa, medindo, dessa forma, o retorno alcançado. A análise desses índices é muito importante, pois a rentabilidade é vista amplamente como principal objetivo de uma empresa.

A análise de rentabilidade é muito importante na avaliação financeira, uma vez que utilizam valores retirados da Demonstração de Resultado de Exercício (DRE), diferente dos índices de liquidez e endividamento. Isso quer dizer que, estes dados são retirados de indicadores de desempenho da atividade da empresa. (PADOVEZE; BENEDICTO, 2007).

A autora Ferraz (2017), corrobora afirmando que:

A rentabilidade é medida pela relação entre o lucro e o investimento realizado na empresa. Os recursos investidos nas organizações são provenientes de capital próprio, que representa os recursos investidos pelos sócios e acionistas, ou de capital de terceiros, que são os recursos de indivíduos ou entidades emprestadas à empresa. (FERRAZ, 2018, p. 56)

Os principais índices de rentabilidade usados são apresentados em um quadro adaptado a seguir conforme Matarazzo (2010):

Quadro 2 – Principais Indicadores de Rentabilidade

Indicador (Sigla)	Fórmula	Significado
Giro de Ativo Total (GAT)	<i>Receita Líquida / Ativo Total</i>	Verifica se a companhia utiliza com eficiência os seus bens para produzir dinheiro através de suas operações.
Margem Líquida (ML)	<i>Lucro Líquido / Vendas Líquidas</i>	Mede a lucratividade que a empresa possui por meio de suas vendas.

Rentabilidade do Ativo (ROA)	<i>Lucro Líquido / Ativo Total</i>	Mede o potencial de geração de lucros por parte da empresa em razão dos investimentos realizados no ativo organizacional.
Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE)	<i>Lucro Líquido / Patrimônio Líquido</i>	Verifica a taxa de rentabilidade do capital próprio investido na empresa.

Fonte: Adaptado a partir de Matarazzo (2010)

A análise dos indicadores de rentabilidade refere-se aos procedimentos da empresa e pode-se observar através dele o retorno do capital investido. Os investimentos realizados pela empresa também podem ser identificados nos fatores da rentabilidade.

#### 1.5.4 Índices de mercado

A análise dos indicadores de mercado consiste principalmente em analisar as empresas perante o seu setor, ou seja, compará-las com outras empresas do mesmo segmento para auxiliar nas tomadas de decisões dos investidores.

“Os indicadores de análise de ações, assim como todas as outras medidas financeiras, são mais úteis quando avaliados em conjunto com os demais índices e analisada também sua evolução.” (ASSAF NETO, 2020, p. 271)

Ainda sobre a importância dos indicadores de mercado, o autor Azzolin (2012) (complementa: "os indicadores de mercado são relevantes porque ajudam a diagnosticar a situação de uma empresa, avaliar sua saúde e ter uma perspectiva quanto ao seu desempenho futuro.”

Sendo assim, o quadro abaixo apresenta alguns dos principais indicadores dos múltiplos de mercados segundo o autor Assaf Neto (2020):

Quadro 3 – Principais Indicadores de Mercado

Indicador (Sigla)	Fórmula	Significado
Preço / Lucro (P/L)	<i>Preço da Ação / Lucro por Ação</i>	“tem-se que, quanto maior o P/L de uma ação, menores espera-se que sejam o risco e a lucratividade do investimento. Ao contrário, quanto menor o P/L, maiores são o risco e a lucratividade da ação”

Preço / Valor Patrimonial (P/VP)	<i>Preço de Mercado / Valor Patrimonial</i>	“Quando um P/VP é considerado baixo, com valor abaixo de 1, existe uma indicação de que a empresa vale menos do que seu patrimônio líquido. Para o investidor, isso pode representar uma boa oportunidade financeira.”
<i>Price to Sales Ratio (P/SR)</i>	<i>Preço da Ação / Receita Líquida por Ação</i>	“Quando mais próximo o P/SR ficar de 1, melhor o sinal da avaliação do mercado sobre o ativo. Indicando que o preço estabelecido está correto.”
<i>Dividend Yield (DY)</i>	<i>(Total recebido em dividendos / valor total investido)*100</i>	“Esse indicador mensura o retorno da ação de acordo com o provento pago”

Fonte: Adaptado a partir de Assaf Neto (2020)

## **CAPÍTULO 2: ARTIGO CIENTÍFICO**

### **ANÁLISE FINANCEIRA DAS EMPRESAS VAREJISTAS E-COMMERCE LISTADAS NO ÍNDICE BOVESPA NO PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL CAUSADA PELA COVID-19**

**Arthur Messias Sodré Cunha; Iury Pessanha Barreto & Saulo Araújo Jardim**

#### **RESUMO**

O presente trabalho proporcionará uma compreensão das estratégias financeiras das empresas brasileiras listadas no Índice Bovespa no setor de varejo *e-commerce* no período de isolamento social causado pela COVID-19. Visto que, neste cenário, a economia brasileira passou por momentos de instabilidades e desequilíbrios. Com isso, o objetivo deste estudo é realizar uma análise financeira das empresas varejistas para os anos de 2019, 2020 e 2021, anos estes, que demonstram o comportamento antes, durante e depois com relação ao período pandêmico. Para elaboração foram identificadas as principais empresas deste segmento, em seguida estimados e apresentados os principais índices financeiros de liquidez, endividamento, rentabilidade e de mercado. Diante os resultados, a empresa que teve maior destaque com relação aos indicadores foi a Magazine Luiza, demonstrando melhor liquidez além de obter um bom desempenho em sua rentabilidade. Como já era esperado, no ano de 2020 as empresas aumentaram seus endividamentos e apresentaram alterações prejudiciais em seus índices. Conclui-se então que a compreensão das análises dos quatro grupos de indicadores torna-se uma importante base de informações, visando ajudar os gestores e investidores a tomar decisões mais assertivas, visto que assim será possível demonstrar a ampla situação econômica das empresas.

**Palavras-chave:** Indicadores; Liquidez; Endividamento; Economia



# **FINANCIAL ANALYSIS OF RETAILING E-COMMERCE COMPANIES LISTED ON THE BOVESPA INDEX DURING THE PERIOD OF SOCIAL ISOLATION CAUSED BY COVID-19**

**Arthur Messias Sodré Cunha; Iury Pessanha Barreto & Saulo Araújo Jardim**

## **ABSTRACT**

This work will provide an understanding of the financial strategies of Brazilian companies listed on the Bovespa Index in the retail e-commerce sector in the period of social isolation caused by COVID-19. Given that, in this scenario, the Brazilian economy went through moments of instabilities and imbalances. Therefore, the objective of this study is to carry out a financial analysis of retail companies for the years 2019, 2020 and 2021, years that demonstrate the behavior before, during and after the pandemic period. For preparation, the main companies in this segment were identified, then the main financial ratios of liquidity, indebtedness, profitability and market were estimated and presented. In view of the results, the company that stood out the most in relation to the indicators was Magazine Luiza, demonstrating better liquidity in addition to obtaining a good performance in terms of profitability. As expected, in 2020 companies increased their indebtedness and presented harmful changes in their indexes. It is then concluded that understanding the analyzes of the four groups of indicators becomes an important information base, aiming to help managers and investors to make more assertive decisions, since it will thus be possible to demonstrate the broad economic situation of companies.

**Keywords:** Indicators; Liquidity; Indebtedness; Economy

## 1. INTRODUÇÃO

A construção deste trabalho torna-se relevante, todavia proporcionará uma compreensão das estratégias financeiras das empresas brasileiras listadas no Índice Bovespa no setor de varejo *e-commerce* no período de isolamento social causado pelo Covid-19, verificando se a crise trouxe maior endividamento para essas empresas, o que pode potencialmente criar problemas de solvência no curto, médio ou longo prazo.

No início de 2020, segundo Neto (2020) o mundo ficou impressionado com os primeiros casos da doença na China, que de forma exponencial tomou proporções em níveis mundiais rapidamente. Medidas de cautela e segurança foram tomadas de forma vertiginosas, que acarretam grandes problemas econômicos mundiais.

Para o autor, Bernardes et al. (2020) a pandemia da COVID impactou as empresas em todas as suas áreas, sendo elas sociais, culturais e principalmente suas áreas financeiras.

Verifica-se nesta pesquisa se as empresas varejistas *e-commerce* de fato conseguiram fortalecer sua liquidez, como se espera, no período de crise em 2020. Sendo assim, é de suma importância ter um panorama geral sobre essa conjuntura para que possamos entender melhor como as empresas deste segmento reagiram a esta crise.

Para tomada de decisão das partes interessadas, uma análise financeira é fundamental para o planejamento. Com isso, a autora Biscaro (2019), afirma que “a gestão financeira é um conjunto de ações e procedimentos administrativos que envolvem o planejamento, a análise e o controle das atividades financeiras.”

Corroborando ainda sobre Matarazzo (2010) afirmando que para que a saúde financeira de uma empresa esteja saudável, é necessária uma análise macro e microeconômica, levando em consideração aspectos e indicadores que se relacionem para um melhor diagnóstico. Ainda, é de extrema importância que estes indicadores sejam contextualizados com a realidade da empresa e do seu setor.

Portanto, dentro deste cenário questiona-se qual foi o comportamento econômico financeiro das empresas varejistas *e-commerce* listadas no Índice

## Bovespa Da B3 durante a pandemia de COVID-19?

Com isso, o presente trabalho tem como objetivo realizar uma análise financeira das empresas varejistas *e-commerce* listadas no Índice Bovespa da B3, para os anos de 2019, 2020 e 2021, período em que a economia mundial passou por instabilidades e desequilíbrios por conta da pandemia.

Para tanto, a proposta deste estudo é: Identificar as principais empresas varejistas *e-commerce* listadas no Índice Bovespa nos anos de 2019, 2020 e 2021; Estimar e apresentar os indicadores financeiros: Índices de Liquidez: Corrente (ILC), Imediata (ILI), Seca (ILS) e Geral (ILG); Índices de Endividamento: Passivo Circulante/Capital de Terceiros e Capital de Terceiros/Patrimônio Líquido; Índices de Rentabilidade: Giro de Ativo Total (GAT), Margem Líquida (ML), Rentabilidade do Ativo (ROA) e Rentabilidade do Patrimônio Líquido (ROE) e os índices de mercado: Preço / Lucro (P/L); Preço/ Valor Patrimonial (P/VP); *Price to Sales Ratio* (P/SR) e *Dividend Yield* (DY). Discutir os resultados encontrados fazendo comparações econômicas financeiras entre os períodos (ano anterior e posterior ao período pandêmico) entre elas.

## 2. METODOLOGIA

A pesquisa classifica-se como descritiva, uma vez que será realizado um diagnóstico financeiro sobre as empresas varejistas *e-commerce* listadas na Bovespa durante o ano de 2020.

Podemos entender a pesquisa descritiva como aquela que:

A pesquisa descritiva tem como propósito observar e descrever um fenômeno, apoiando-se em métodos de análise estatísticas descritivas ou numa pesquisa explicativa, que busca explicar os fenômenos que são analisados. (MATIAS, 2016, p. 73)

Concebe-se como um estudo de caso, todavia serão investigadas empresas reais do setor de varejo com objetivo de prover uma análise do contexto econômico-financeiro das organizações apresentadas.

Define-se estudo de caso, segundo o autor Moresi et al. (2003, p. 103) “[...] uma investigação detalhada de uma ou mais organizações, ou grupos dentro de uma organização, com vistas a prover uma análise do contexto e dos processos envolvidos

no fenômeno em estudo. ”

Classifica-se também como pesquisa quantitativa onde os dados foram coletados a partir das Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFP) e Informações Trimestrais (ITR) disponibilizados na página da B3. “A Pesquisa Quantitativa é apropriada para medir tanto opiniões, atitudes e preferências como comportamentos. (SAMPIERI, 2013, p. 97). Ela também pode ser utilizada para medir um mercado, estimar o potencial ou volume de uma empresa ou organização para medir o tamanho e a importância de segmentos de mercado. Ainda segundo a autora Cardoso (2003), esta técnica de pesquisa também pode ser utilizada:

Quando se quer determinar o perfil de um grupo de pessoas, baseando-se em características que elas têm em comum (como demográficas, por exemplo). Através de técnicas estatísticas avançadas inferenciais, ela pode criar modelos capazes de prever se uma pessoa terá uma determinada opinião ou agir de determinada forma, com base em características observáveis. (CARDOSO, 2003, p. 64)

Assim, para realizar um levantamento da situação financeira das empresas listadas no índice Bovespa no Setor de Varejo durante a crise sanitária do Covid-19 serão realizadas análises financeiras das organizações com a finalidade de identificar as principais ações das companhias.

O autor Silva (2014) ainda corrobora com a definição acima afirmando que a monografia quantitativa só tem sentido quando há um problema bem definido e há informações e teoria a respeito do objetivo de conhecimento, entendido aqui como o foco da pesquisa e/ou aquilo que se quer estudar.

Para complementar, a pesquisa descritiva tem como finalidade

[...] descobrir a existência de associações entre variáveis, como, por exemplo, as pesquisas eleitorais que indicam a relação entre preferência política partidária e nível de rendimentos ou de escolaridade [...] (GIL, 1999, p.43).

A gestão financeira é essencial para as empresas, uma vez que sem ela os gestores podem tomar decisões ineficientes, podendo impactar negativamente a empresa e suas finanças. A ausência de uma boa gestão financeira pode causar impactos negativos na organização, principalmente em tempos de crise, como o período do primeiro ano de Pandemia de COVID-19. Por conseguinte, com um propósito de um negócio ter bons resultados é preciso criar estratégias para gerenciar as finanças da empresa, incluindo análise de liquidez e endividamento de forma

periódica.

Assim, para realizar um levantamento da situação financeira das empresas listadas no índice Bovespa no Setor de Varejo durante a crise do sanitária do Covid serão realizadas análises financeiras das organizações com a finalidade de identificar as principais ações das companhias com relação ao Índice de Liquidez Corrente (ILC); Liquidez Imediata (ILI); Liquidez Seca (ILS) e Liquidez Geral (ILG) para apurar a liquidez das companhias e suas transformações para o período analisado. Para o Índice de Endividamento, serão analisados o Índice Passivo/Ativo e o Índice Capital de Terceiros/Capital Próprio para interpretar quanto de seus recursos vêm de terceiros. Para o Índice de Rentabilidade serão analisados os Giro do Ativo total (GAT), Margem Líquida (ML), Rentabilidade do Ativo (ROA) e rentabilidade do Patrimônio Líquido (ROE) com o objetivo de medir o retorno financeiro e os índices de mercado: Preço / Lucro (P/L); Preço/ Valor Patrimonial (P/VP); *Price to Sales Ratio* (P/SR) e *Dividend Yield* (DY) com a intenção de comparar as empresas com o seu segmento e analisar sua posição perante o mercado.

Para atingir o objetivo deste trabalho, foi elaborado um procedimento de pesquisa a fim de analisar três empresas do setor varejista operando em plataformas de *e-commerce*, visto que o setor foi diretamente impactado durante o período de pandemia provocado pela Covid-19. A figura abaixo demonstra as etapas do presente estudo:

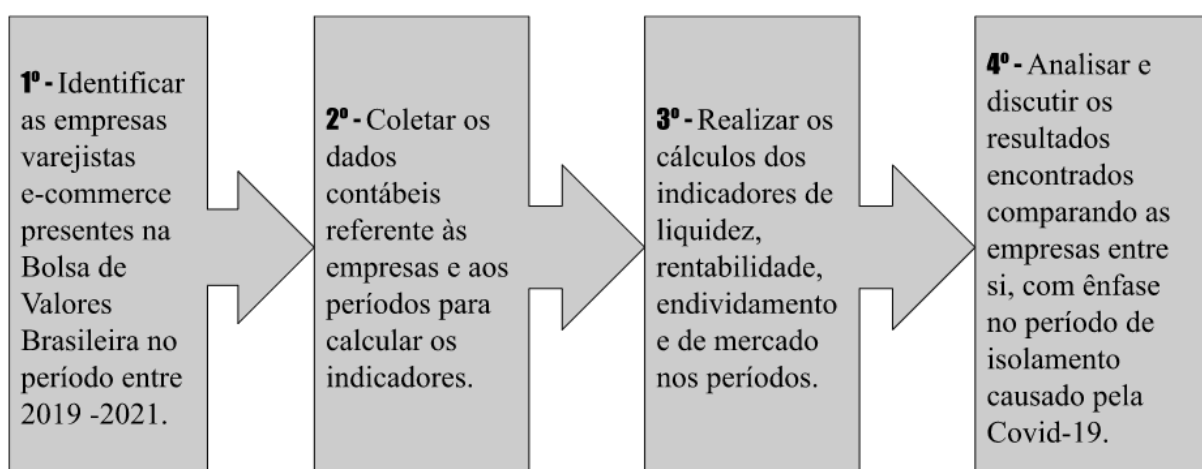


Figura 05: Etapas da Metodologia para Análise das Empresas Varejistas *e-commerce*. Fonte: Elaborada pelos autores.

Portanto, diante do procedimento apresentado acima, para chegar ao resultado, foi analisado o período anterior a pandemia que foi o de 2019 e analisado também o período de 2020 e 2021 para que possamos compreender como ocorreram as modificações em termos de liquidez neste setor, o que aconteceu com os endividamentos, sua rentabilidade e qual foi a tendência deste mercado.

Na coleta de dados será analisada a demonstração financeira padronizada, que é a demonstração anual obrigatória para as empresas listadas na bolsa e também as trimestrais chamadas de ITR. Esses levantamentos de dados serão feitos diretamente no site da Bolsa (B3).

Posteriormente a coleta, será feita a análise de liquidez, endividamento, rentabilidade e de mercado, que medem a facilidade de uma empresa transformar ativos em dinheiro, poder cumprir com suas obrigações e manter sua saúde financeira bem avaliada, além de uma visão ampla sobre o comportamento do cenário econômico financeiro deste setor e das organizações. Esses indicadores serão calculados da seguinte forma:

Os índices de liquidez:

Quadro 04 – Indicadores de Liquidez

<b>Indicador de Liquidez</b>	<b>Classificação</b>	<b>Forma de Obtenção</b>	<b>Critérios “ideais”</b>
Corrente – ILC	De curto prazo	Ativo Circulante / Passivo Circulante	> 2
Imediata – ILI	De prazo imediato	Disponíveis / Passivo Circulante	Quanto maior melhor
Seca – ILS	De curto prazo	(Ativo Circulante – Estoques) / Passivo Circulante	> 1
Geral – ILG	De Longo prazo	(Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) / (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante)	> 1

Fonte: (CANITO et al. 2019, p. 316 – 328)

Os índices de endividamento:

$$CE = \left( \frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Capital de Terceiros}} \right) \times 100$$

Figura 06: Fórmula para o cálculo da Composição do Endividamento. Fonte: DINIZ (2015, p. 114)

$$PCT = \frac{\text{Capital de Terceiros}}{\text{Patrimônio Líquido}} \times 100$$

Figura 07: Fórmula para o cálculo da Participação do Capital de Terceiros. Fonte: DINIZ (2015, p.112)

Os índices de rentabilidade:

Quadro 05 – Principais Indicadores de Rentabilidade

Indicador (Sigla)	Fórmula	Significado
Giro de Ativo Total (GAT)	<i>Receita Líquida / Ativo Total</i>	Verifica se a companhia utiliza com eficiência os seus bens para produzir dinheiro através de suas operações.
Margem Líquida (ML)	<i>Lucro Líquido / Vendas Líquidas</i>	Mede a lucratividade que a empresa possui por meio de suas vendas.
Rentabilidade do Ativo (ROA)	<i>Lucro Líquido / Ativo Total</i>	Mede o potencial de geração de lucros por parte da empresa em razão dos investimentos realizados no ativo organizacional.
Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE)	<i>Lucro Líquido / Patrimônio Líquido</i>	Verifica a taxa de rentabilidade do capital próprio investido na empresa.

Fonte: Adaptado a partir de Matarazzo (2010)

Os índices de mercado:

Quadro 06 – Principais Indicadores de Mercado

Indicador (Sigla)	Fórmula	Significado
		“tem-se que, quanto maior o P/L de uma ação, menores espera-se que

Preço / Lucro (P/L)	<i>Preço da Ação / Lucro por Ação</i>	sejam o risco e a lucratividade do investimento. Ao contrário, quanto menor o P/L, maiores são o risco e a lucratividade da ação”
Preço / Valor Patrimonial (P/VP)	<i>Preço de Mercado / Valor Patrimonial</i>	“Quando um P/VP é considerado baixo, com valor abaixo de 1, existe uma indicação de que a empresa vale menos do que seu patrimônio líquido. Para o investidor, isso pode representar uma boa oportunidade financeira.”
<i>Price to Sales Ratio (P/SR)</i>	<i>Preço da Ação / Receita Líquida por Ação</i>	“Quando mais próximo o P/SR ficar de 1, melhor o sinal da avaliação do mercado sobre o ativo. Indicando que o preço estabelecido está correto.”
<i>Dividend Yield (DY)</i>	<i>(Total recebido em dividendos / valor total investido)*100</i>	“Esse indicador mensura o retorno da ação de acordo com o provento pago”

Fonte: Adaptado a partir de Assaf Neto (2020)

Presumimos identificar através destes indicadores que as empresas varejistas *e-commerce* listadas na Bovespa apresentadas neste trabalho aumentaram seus endividamentos e apresentaram alterações prejudiciais em seus indicadores devido à situação pandêmica vivenciada no começo do ano de 2020.

Na pesquisa será utilizado o método de análise quantitativo, um modelo de análise de dados, no qual será consumada uma coleta de dados no site da B3 (Bolsa de Valores Brasileira) referente às empresas varejistas *e-commerce* listadas no Índice Bovespa que busca refletir este segmento brasileiro, este índice é o principal indicador de desempenho das ações negociadas e reúne as empresas mais importantes do mercado de capitais brasileiro.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente trabalho buscou analisar as três principais organizações que possuem grande representatividade no Varejo no Brasil. São elas: Magazine Luiza e Via Varejo (segmento de eletrodomésticos) e a Lojas Americanas (segmento de produtos diversos).



A Magazine Luiza S.A, popularmente conhecida como Magalu, iniciou suas atividades no ano de 1958, na cidade de Franca, no interior do estado de São Paulo, quando o casal formado por Luiza Trajano e Pelegrino Donato compraram um pequeno comércio local. E por um marketing interativo conseguiram prosperar o negócio, se tornando umas das principais empresas do país no setor de consumo cíclico. A empresa é composta por mais de 40.000 colaboradores, tendo como parceiras: Netshoes, Zattini, LogBee, Época Cosméticos, Estante Virtual, Consórcio Magalu, entre outras. O seu valor de mercado é de R\$ 22.473.926.404 no ano de 2022. (B3, 2022)

A Via Varejo, também conhecida como Casas Bahia, Pontofrio, banQi, Bartira, Asap Log, I9XP e Extra.com, iniciou suas atividades no ano de 2010 com a junção da Casas Bahia e Ponto Frio. Hoje a empresa está presente em mais de 400 municípios brasileiros, 20 Estados e no Distrito Federal, com mais de 900 lojas e cerca de 50 mil colaboradores. E possui o valor de mercado é de R\$ 3.788.282.155 no ano de 2022. (B3, 2022)

A Lojas Americanas iniciou suas atividades no ano de 1929, na cidade do Rio de Janeiro, por um grupo de imigrantes que veio dos Estados Unidos, tendo como objetivo criar um comércio com preços acessíveis para uma parcela maior da sociedade. E hoje ela é uma das principais empresas do país no setor de consumo cíclico, com destaque especial para sua atuação na área de comércio de produtos diversos. Hoje a empresa possui um valor de mercado de R\$ 12.391.135.397 no ano de 2022. (B3, 2022)

### **3.1 Índices de liquidez**

De acordo com Assaf Neto (2020), os indicadores de liquidez são importantes para evidenciar a real situação financeira das empresas frente a seus diversos compromissos financeiros, ou seja, sua aptidão em cumprir corretamente as suas obrigações. Os indicadores de liquidez utilizados para a análise foram: liquidez corrente, liquidez seca, liquidez imediata e liquidez geral.

#### **3.1.1 Índices de liquidez corrente (ILC)**

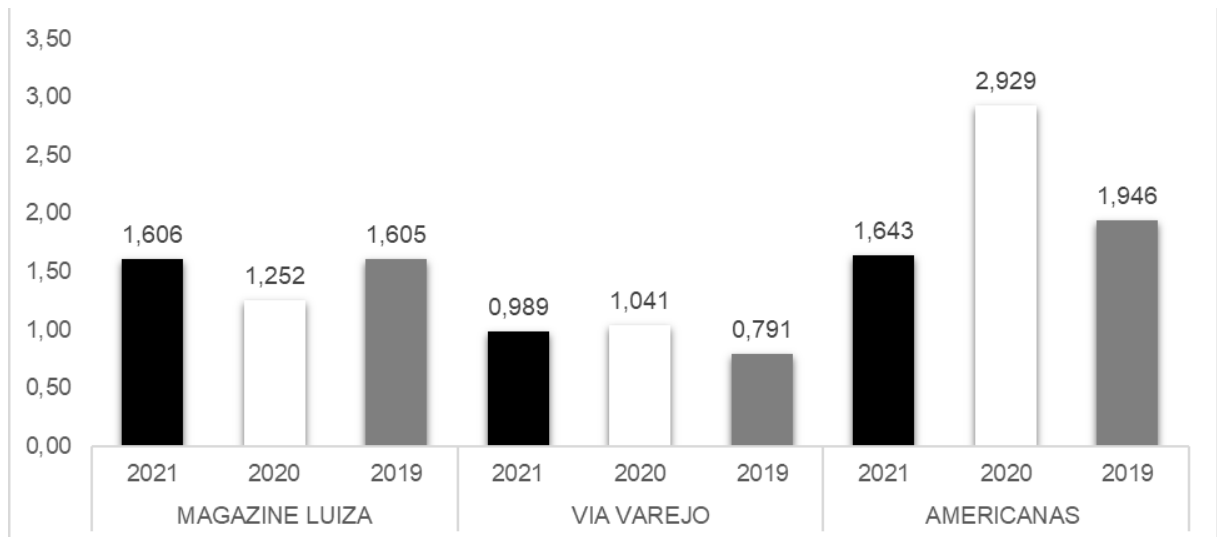


Figura 08: Resultados dos indicadores de Liquidez Corrente. Fonte: Elaborada pelos autores.

A liquidez corrente indica o quanto existe de ativo circulante para cada \$1 de dívida a curto prazo. Sendo assim, percebe-se que a Magazine Luiza e a Lojas Americanas conseguiram manter durante todos os anos analisados um índice acima de 1 sendo um bom sinal de boa capacidade de pagamento e indica que as empresas têm capital de giro líquido, como corrobora Canito (2019). A Via Varejo teve resultado inferior em quase todos os anos analisados, apenas no ano de 2020, conseguindo chegar a um valor superior a 1, mostrando assim baixa capacidade de honrar com as obrigações que possui.

### 3.1.2 Índice de liquidez seca (ILS)

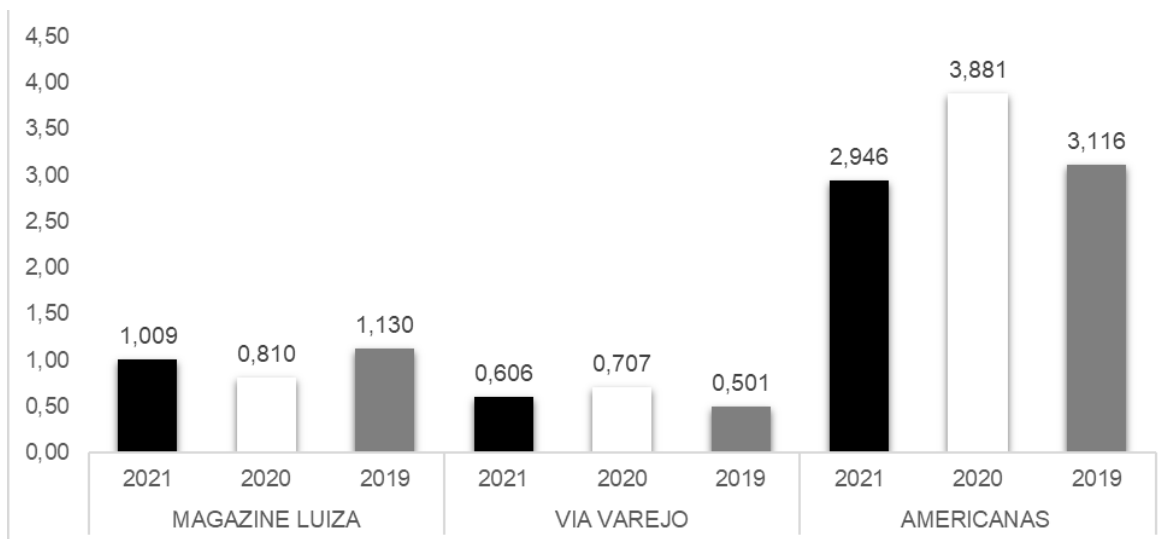


Figura 09: Resultados dos Indicadores de Liquidez Seca. Fonte: Elaborada pelos autores.

A liquidez seca vem determinar a capacidade de curto prazo de pagamento da empresa mediante a utilização das contas do disponível e valores a receber. A Liquidez Seca das Lojas Americanas foi positiva, pois ela se manteve nos anos analisados sempre acima de 2, isso quer dizer que ela tem capacidade de pagar os compromissos a curto prazo já a Magazine Luiza teve resultados inferior a 1 somente no ano de 2020 que pode ter relação o impacto da pandemia na empresa visto que no ano de 2021 ela conseguiu controlar sua liquidez corrente acima de 1, porém, segundo Antonik (2016), algumas literaturas afirmam que por ter estoque de fácil saída, os varejistas podem apresentar liquidez seca de 0,5 e ainda sim ser normal se a liquidez corrente for maior do que 1, sendo esse o caso da Magazine Luiza. A Via Varejo esteve em todos os anos analisados abaixo de 1, mostrando assim que a empresa não tem capital suficiente para quitar suas dívidas no curto prazo.

### 3.1.3 Índice de liquidez geral (ILG)

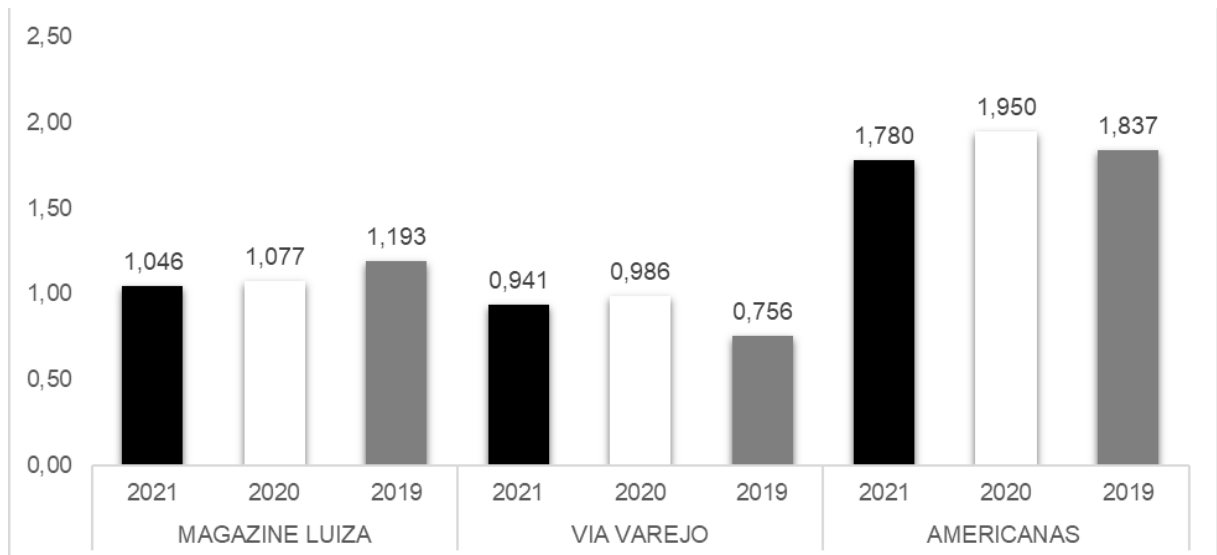


Figura 10: Resultados dos Indicadores de Liquidez Geral. Fonte: Elaborada pelos autores.

A Liquidez Geral mostra o valor que a empresa tem de dívida para o quanto ela tem para receber, analisando a curto e a longo prazo, assim, o resultado apresentado a Lojas Americanas prossegue tendo resultado positivo nos anos analisados pelo fato de conseguir ficar com sua liquidez geral maior do que 2, isso significa que a mesma consegue honrar com as suas obrigações de curto e longo prazo.

Já a Magazine Luiza, apresentou liquidez geral maior do que a da Via Varejo, assim tendo mais para receber do que para pagar, a curto e a longo prazo, diferente da Via Varejo que teve um valor sempre menor do que 1. A Via Varejo apresentou desempenho inferior aos dos seus concorrentes, isso quer dizer que a mesma não consegue arcar com suas obrigações a curto nem a longo prazo, e isso vem se repetindo durante os anos.

### 3.1.4 Índice de liquidez imediata (ILI)

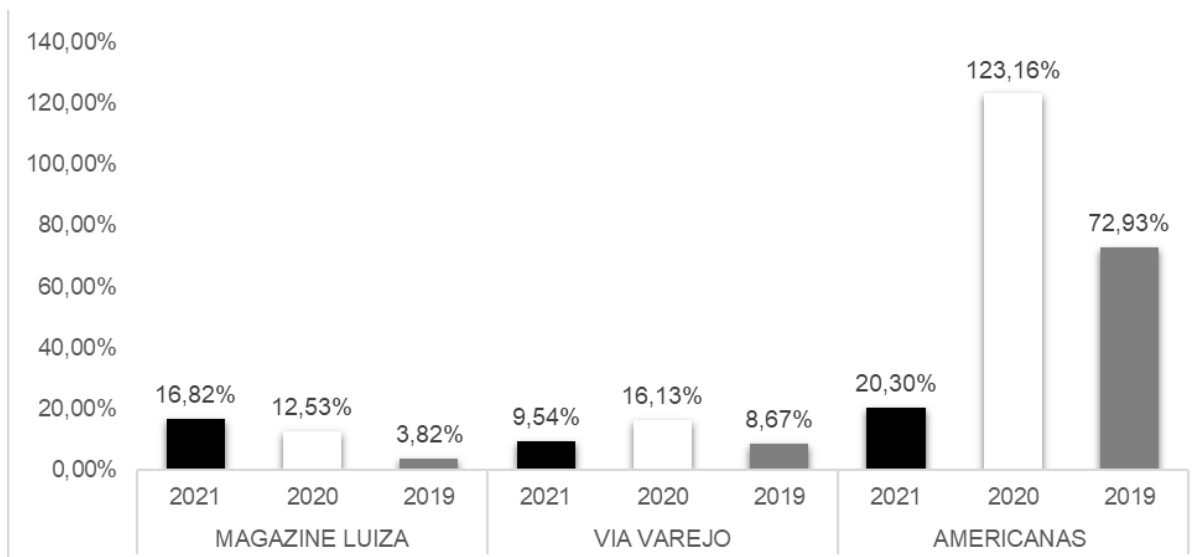


Figura 11: Resultados dos Indicadores de Liquidez Imediata. Fonte: Elaborada pelos autores.

A liquidez imediata demonstra a porcentagem de capacidade de uma organização cumprir com suas obrigações das dívidas a curto prazo em condições de serem liquidadas imediatamente. Isso quer dizer que a empresa que fica acima de 100% tem um bom grau de liquidez e segundo a análise feita das empresas estudadas o resultado foi bastante insatisfatório com baixa disponibilidade imediata para honrar com os compromissos de curto prazo.

A Lojas Americanas foi a que conseguiu no ano de 2020 ficar com 123,16%, mostrando assim que a empresa nesse ano conseguiu arcar com suas dívidas a curto prazo. Já a Magazine Luiza e a Via Varejo sempre estiveram com um grau abaixo de 20% em todos os anos analisados, demonstrando assim que os recursos da empresa em relação aos passivos de curto prazo estão num grau muito inferior do que se espera.

Vale ressaltar que é necessário avaliar todos os outros indicadores de liquidez para saber se o ambiente realmente é saudável e se existem outras fontes capazes de arcar com os compromissos e saber se a empresa tem um bom índice de liquidez no mercado.

### 3.2 Índices de Rentabilidade

Os índices de rentabilidade demonstram os resultados econômicos da

empresa, medindo, dessa forma, o retorno alcançado. Ou seja, esse indicador permite interpretar melhor os resultados, sendo possível extrair informações mais assertivas sobre a capacidade econômica das empresas.

### 3.2.1 Retorno sobre ativos (ROA)

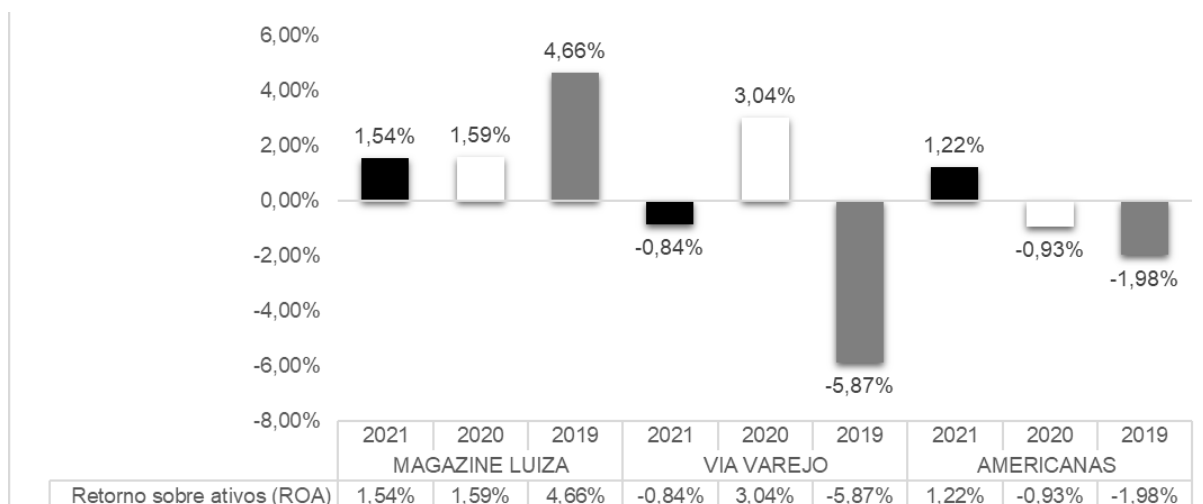


Figura 12: Resultados dos Indicadores de Retorno sobre Ativos. Fonte: Elaborada pelos autores.

O retorno sobre o ativo traz o percentual sobre o retorno gerado pelos ativos da empresa, demonstrando qual foi o retorno do lucro líquido em relação ao ativo da empresa, isso quer dizer que quanto maior for esse indicador mais eficiente ele será, pois, a empresa gera mais lucro. Sendo assim foi possível compreender na análise que a Lojas Americanas teve um índice nos anos de 2019 e 2020 negativo, isso significa que seus investimentos foram direcionados para projetos pouco rentáveis e seus ativos tiveram pouca saída, revertido no ano de 2021.

Já a Magazine Luiza, conseguiu manter um índice estável e positivo nos anos analisados, sempre acima de 1% mantendo assim sua eficiência e se destacando no ano de 2019 onde superou todas as suas concorrentes. A Via Varejo não conseguiu manter um índice estável nos anos analisados, e no ano de 2019 teve uma queda de -5,87% mostrando que naquele ano a empresa não tinha capacidade de gerar lucro. No ano de 2020 ela conseguiu equilibrar seu índice comparado com seus concorrentes, porém não conseguiu se manter estável para o ano de 2021, tendo uma queda de -2,20 % comparado ao ano de 2020.

### 3.2.2 Retorno sobre capital próprio (ROE)

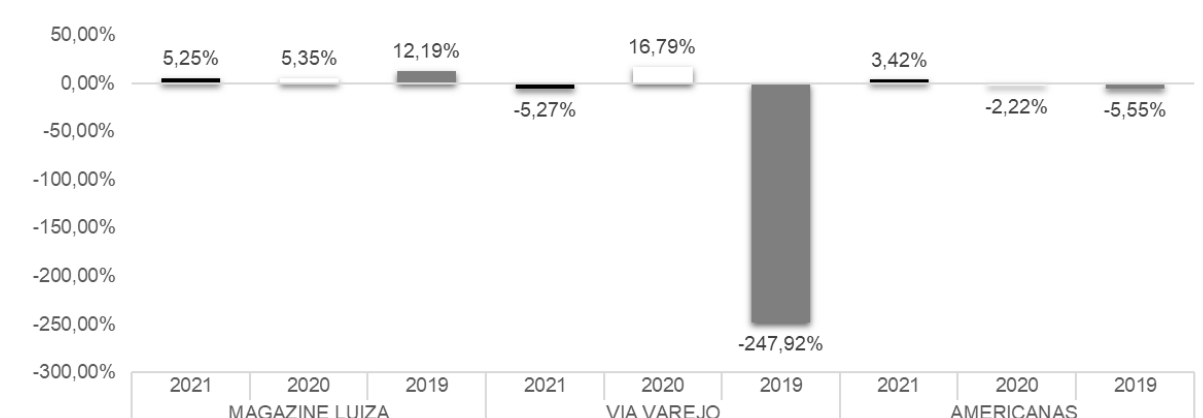


Figura 13: Resultados dos Indicadores de Retorno sobre o Capital Próprio. Fonte: Elaborada pelos autores.

O retorno sobre capital próprio vem demonstrar a rentabilidade das empresas referente a sua eficiência na aplicação de seus recursos próprios, isso quer dizer que ele serve para determinar o quão eficiente é uma empresa na geração de lucro a partir dos seus recursos. Esse indicador, se for positivo, demonstra que a empresa em questão é geradora de ativos e se o mesmo for negativo, indica que a companhia é consumidora de caixa.

Sendo assim pode-se analisar que as empresas analisadas não obtiveram um indicador ótimo somente a Magazine Luiza conseguiu manter um seu índice estável positivamente sempre elevado aos 5% mostrando que ela é de fato sólida e geradora de ativos, já a Lojas Americanas mostrou uma projeção de crescimento no ano de 2021 se mantendo positiva já nos anos de 2019 e 2020 não conseguiu gerar um índice satisfatório. A via varejo vale destacar que no ano de 2019 teve um índice absurdamente negativo, isso se deve devido uma falha nos seus balanços contábeis, a empresa passou por uma investigação que constatou esse erro apenas no balanço de 2019. No ano de 2020 ela se destacou entre suas concorrentes, alcançando o melhor índice e mostrando que ela gera aproximadamente 17 centavos de novos ativos para cada real investido pelos acionistas.

### 3.2.3 Giro de ativo total (GAT)

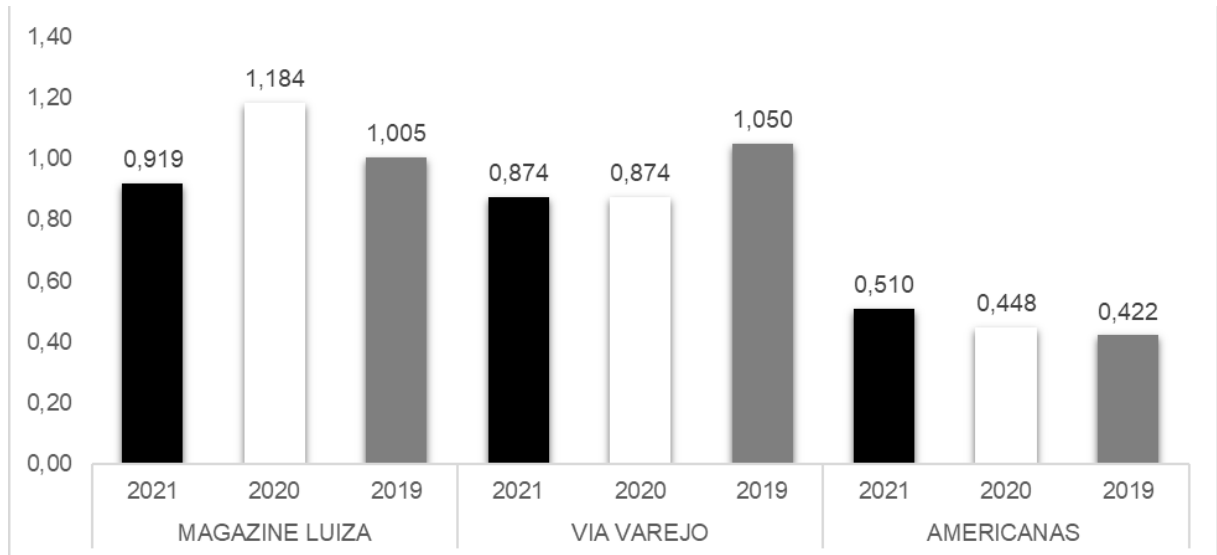


Figura 14: Resultados dos Indicadores de Giro de Ativo Total. Fonte: Elaborada pelos autores.

O Giro ativo total vem demonstrar a eficiência no uso dos ativos da empresa mostrando se eles estão sendo utilizados de forma devida para gerar lucro. Sendo assim, o Giro do Ativo relaciona o quanto a empresa vendeu em um ano, em relação ao seu total de ativos. Vale ressaltar que quanto maior for esse indicador melhor será para a empresa pois ela gera cada vez mais vendas com uma mesma base de ativos.

A Lojas Americanas na análise teve seus indicadores estáveis nos anos analisados entre 0,4 e 0,5, mas comparado as suas concorrentes ela apresentou um índice muito abaixo, demonstrando que ela precisa rever suas estratégias empresariais para poder equilibrar esse índice. Visto que todo o mercado sofreu com a queda de vendas, as suas concorrentes como Magazine Luiza e Via Varejo conseguem se destacar e manter seus índices em todos os anos sempre superior de 0,8, sendo assim elas conseguiram vender o dobro em relação ao seu ativo total comparado com a Americanas mostrando que elas utilizam com eficiência os seus bens para produzir dinheiro através de suas operações.



### 3.2.4 Margem Líquida (ML)

Figura 15 – Resultados dos Indicadores de Margem Líquida

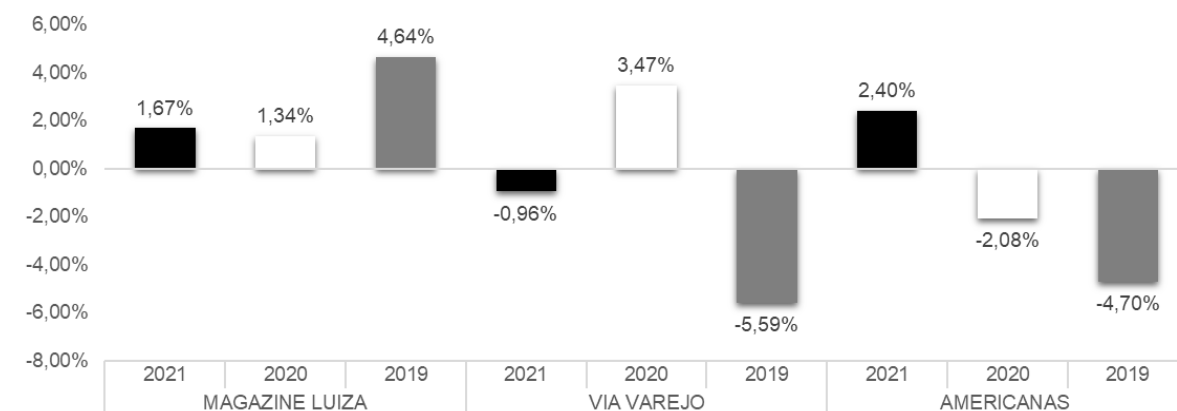


Figura 15: Resultados dos Indicadores de Margem Líquida. Fonte: Elaborada pelos autores.

A margem líquida demonstra o percentual de resultado líquido das vendas de um negócio, isso quer dizer que esse indicador mostra o nível potencial de rentabilidade das empresas. Vale ressaltar que as empresas varejistas irão ter porcentagens baixas nesse indicador pelo fato de a concorrência ser maior. Porém quanto maior esse indicador melhor será para a empresa, pois ela é uma margem de segurança para momentos de turbulência na economia.

A Lojas Americanas demonstrou nos anos de 2019 e 2020 índices negativos, que foram revertidos no ano de 2021. Esses anos em negativo da sua margem líquida pode-se dizer que foi devido à crise da covid onde as empresas tiveram prejuízos no seu potencial de lucratividade. Já a Magazine Luiza teve sua margem sempre positiva se destacando das suas concorrentes. Nesse caso, a Magazine Luiza mostrou possuir um excelente potencial de lucratividade com suas operações, se destacando no ano de 2019 com uma margem de 4,64%. A Via Varejo demonstrou uns índices negativos no ano de 2019 e 2021, porém podemos descartar o ano de 2019 pelo fato da mesma ter tido um erro contábil e passar por auditoria identificando o mesmo, já no ano de 2021 a mesma apresentou um prejuízo líquido de -0,96 e no ano de 2020 se destaca frente às suas concorrentes obtendo a maior margem de lucro de 3,47%.

### 3.3 Índices de Endividamento

Os indicadores de endividamento são índices que demonstram o nível de dívida

das empresas. Sendo o objetivo dessa análise avaliar e informar aos credores o nível de comprometimento financeiro da organização e sua capacidade de honrar com as obrigações de longo prazo.

### 3.3.1 Participação de capitais de terceiros (PCT)

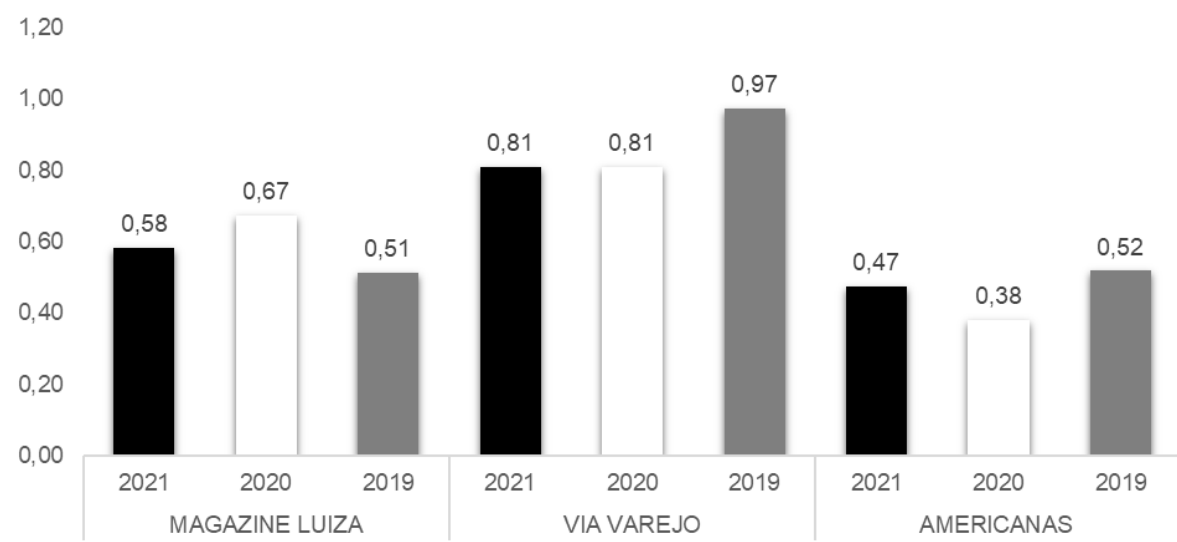


Figura 16: Resultados dos Indicadores de Participação de Capitais de Terceiros. Fonte: Elaborada pelos autores.

A participação de capital de terceiros vem demonstrar o quanto desse capital é utilizado para dar continuidade à manutenção e estrutura da empresa, ou seja, é o grau de endividamento, dependente de fontes externas. Assim, quanto menor for o índice, melhor será a situação econômica e financeira da empresa.

A Lojas Americanas teve em sua análise uma situação econômica estável visto que seus índices dos anos analisados sempre foram abaixo de 0,60, isso quer dizer que ela consegue honrar com suas obrigações. A Magazine Luiza consegue também se manter estável comparada com a Loja Americanas visto que também abaixo de 0,60 nos anos de 2019 e 2021 demonstrando que consegue honrar com suas obrigações. Já a Via varejo tem seu índice sempre acima de 0,80 isso pode ser um indicativo de que a situação financeira e econômica da empresa pode estar comprometida e pode ter um grande impacto a longo prazo.

### 3.3.2 Composição do endividamento (CE)

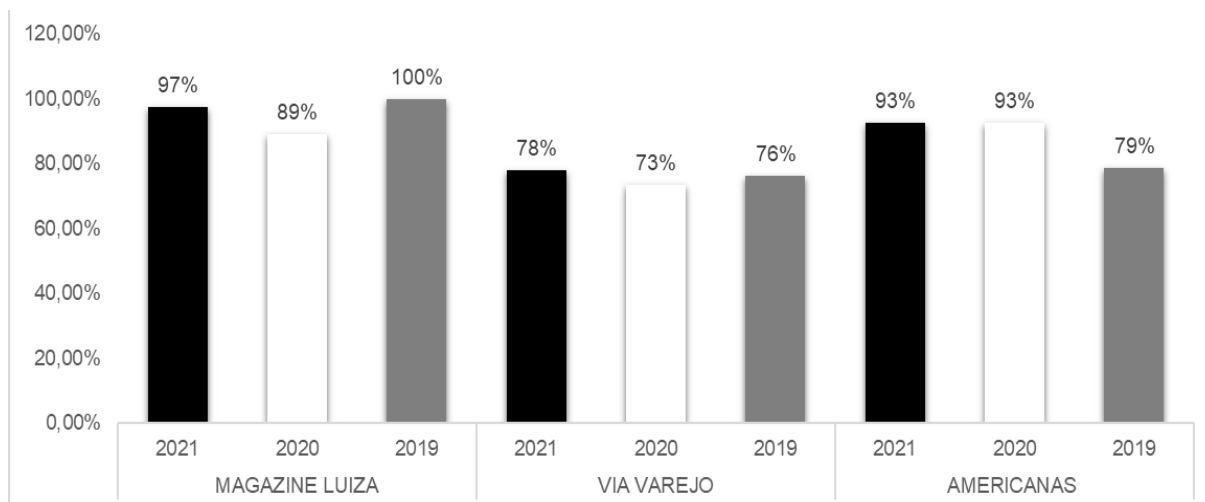


Figura 17: Resultados dos Indicadores de Composição de Endividamento.

Fonte: Elaborada pelos autores.

A composição do endividamento, demonstra qual é o percentual de dívidas de curto prazo que as empresas analisadas possuem em relação a todas as suas obrigações. Sendo assim, após realização dos cálculos é possível perceber que todas as empresas possuem um percentual acima de 70%, isso significa que todas elas possuem um percentual muito alto de dívidas a curto prazo nos anos analisados. De modo geral, quanto menor a CE, melhor para a empresa. Sendo assim, a melhor composição de endividamento foi a da via varejo, pois ela conseguiu se manter estável nos anos analisados entre 73% e 78%.

### 3.4 Índices de Mercado

Os indicadores de mercado são utilizados para entender o desempenho das empresas no mercado de ações. Sendo eles importantes para demonstrar a situação das empresas, avaliando saúde e demonstrando quanto ao seu desempenho futuro, além de ser um método de se entender qual é o valor justo por uma ação.

#### 3.4.1 Preço/Lucro (P/L)

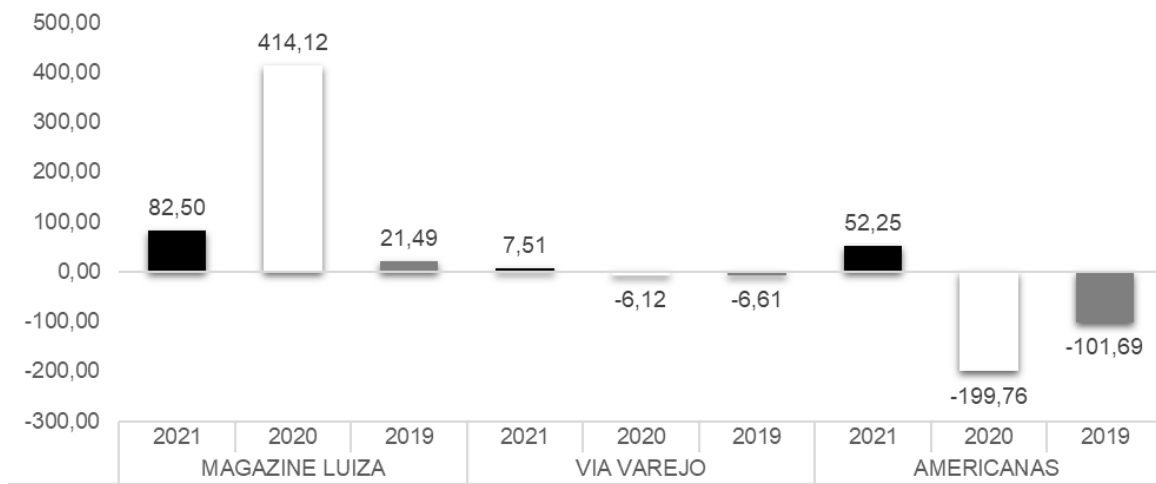


Figura 18: Resultados dos Indicadores de Preço / Lucro. Fonte: Elaborada pelos autores.

O Preço/Lucro (P/L) demonstra a relação entre o preço de uma ação e o lucro da mesma ação, ou seja, ele indica quanto os investidores estão dispostos a pagar pelo lucro das empresas. Sendo assim, na análise realizada podemos identificar que a Magazine Luiza no ano de 2020 teve um índice muito alto que significou que o mercado tinha boas expectativas na empresa comparado aos seus concorrentes e o seu preço de ação estava muito maior que seu preço justo. Pode-se dizer que a Via Varejo e a Lojas Americanas no ano de 2019 e 2020 teve baixa confiabilidade do mercado e existiu oportunidade de investimento pois o preço estava abaixo do preço justo da ação. Vale ressaltar que no ano de 2020 a Lojas Americanas teve um índice muito inferior comparado a suas concorrentes. Demonstrando uma ótima oportunidade de investimento naquele momento.

### 3.4.2 Preço / Valor Patrimonial (P/VP)

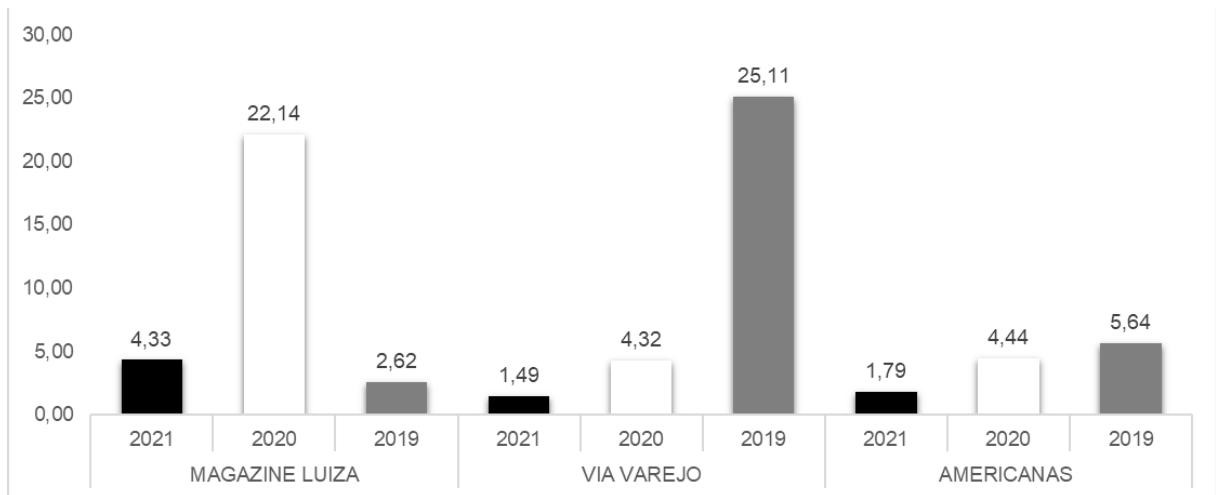


Figura 19: Resultados dos Indicadores de Preço / Valor Patrimonial. Fonte: Elaborada pelos autores.

Preço sobre Valor Patrimonial (P/VP) busca demonstrar se a empresa está ou não supervalorizada, ou seja, esse indicador vai traduzir se o valor de uma ação está relativamente caro ou barato. Sendo assim, após a análise feita foi possível identificar que nenhuma empresa teve seu índice abaixo de 1, pois se estivesse significaria que a empresa está valendo menos que seu valor patrimonial. Mas nos índices analisados as empresas obtiveram um índice sempre acima de 1 que significa que o valor mercado dessas empresas está pagando mais pelas ações da empresa do que o valor patrimonial delas. Sendo assim o mercado tem um otimismo em relação ao futuro das empresas analisadas, porém vale destacar que a Magazine Luiza no ano de 2020 e a Via varejo no ano de 2019 tiveram sua ação supervalorizada

### 3.4.3 Price to Sales Ratio (P/SR)

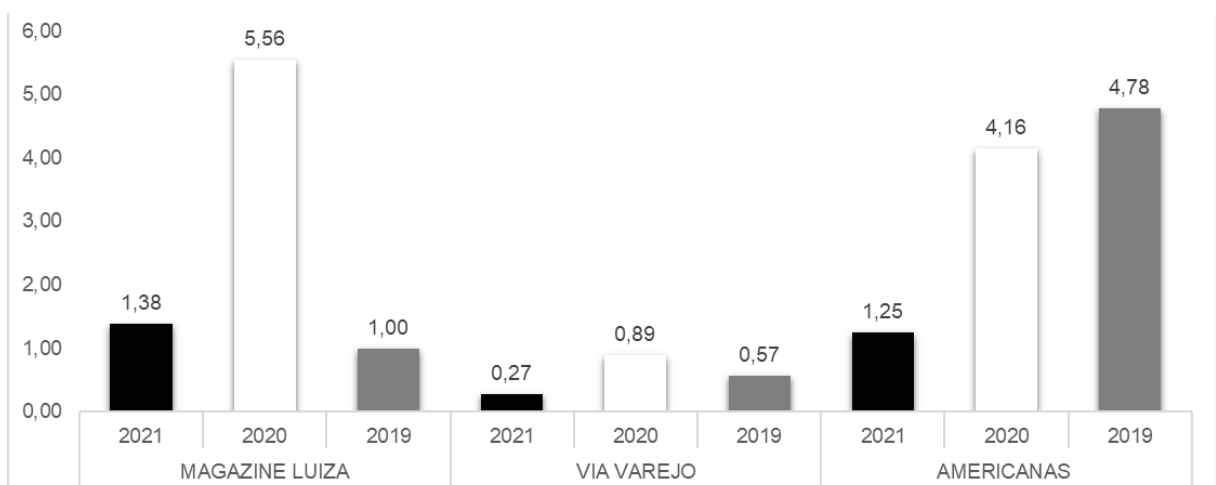


Figura 20: Resultados dos Indicadores de *Price to Sales Ratio*. Fonte: Elaborada pelos autores.

O *Price to Sales Ratio* (P/SR) vem demonstrar o desempenho das vendas das empresas, possibilitando a avaliação de suas vendas e também fazer uma comparação frente aos concorrentes. Sendo esse indicador importante para evidenciar informações sobre a valorização da empresa dentro do mercado de capitais. Sendo assim, após análise do indicador a Via Varejo teve um índice constante e sempre abaixo de 1, sendo ele satisfatório nos anos, pois se o índice for menor que 1,0 a empresa consegue gerar mais receita em comparação com seu valor de mercado. Ou seja, se o (P/SR) ficar próximo de 1 o preço estabelecido pela ação está justo. A Magazine Luiza somente no ano de 2019 demonstrou seu índice no valor de 1 que é seu preço justo, nos anos seguintes sempre superior a 1, o mesmo caso da Lojas Americanas.

#### 3.4.4 Dividend Yield (DY)

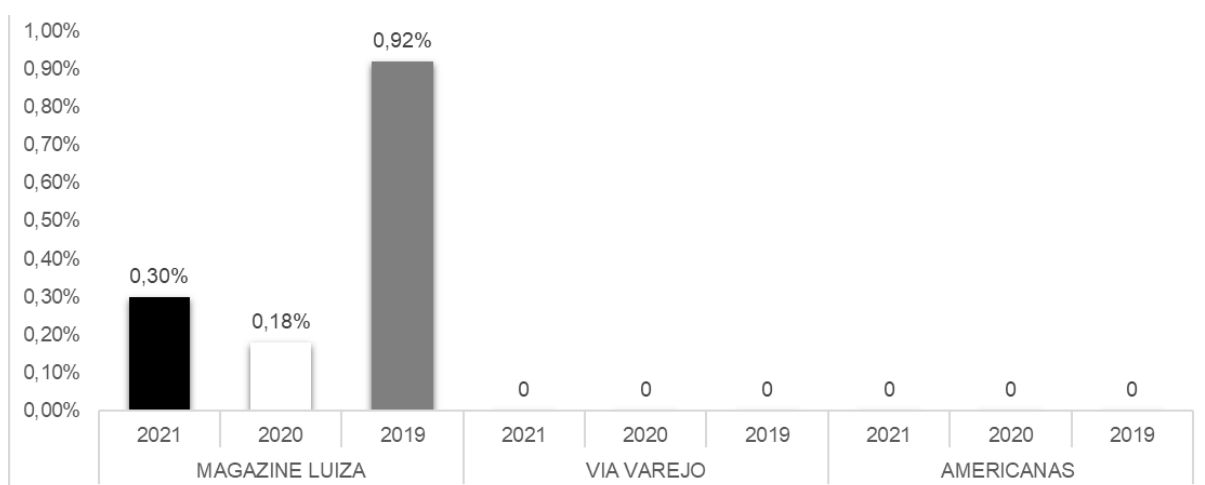


Figura 21: Resultados dos Indicadores de *Dividend Yield*. Fonte: Elaborada pelos autores.

O indicador analisado demonstra a relação entre os dividendos que a empresa distribuiu em cada ano e o preço da ação das empresas. Ou seja, ele torna possível avaliar o retorno da ação conforme os seus proventos pagos. Sendo assim, após realização da análise foi identificado que apenas a Magazine Luiza pagou proventos aos seus acionistas nos anos estudados, alcançando a sua melhor distribuição de proventos no ano de 2019. A Via Varejo e a Lojas Americanas não pagaram

dividendos nos anos analisados, demonstrando que essas empresas obtiveram prejuízo líquido nos anos analisados.

Sendo assim, todos os indicadores analisados foram relevantes e ajudaram a esclarecer os possíveis riscos que as empresas analisadas podem sofrer no mercado de capitais, além de compreender as modificações em termos de liquidez, rentabilidade, endividamentos e mercado dessas empresas que mesmo diante da crise da Covid-19 e seu isolamento se adaptaram e se superaram conseguindo manter suas vendas por meio do *e-commerce*.

Vale destacar que, diante das análises feitas, a empresa Magazine Luiza se destacou demonstrando uma melhor liquidez conseguindo cumprir corretamente as suas obrigações além de obter um índice de rentabilidade positivo, demonstrando a capacidade econômica da empresa comparada a seus concorrentes e o seu endividamento se manteve naquilo que era esperado pelo fato da situação pandêmica vivenciada no começo do ano de 2020, as empresas aumentaram seus endividamentos e apresentaram alterações prejudiciais em seus indicadores. Já no Índice de mercado ela se destaca pelo fato de ser a única que pagou dividendos nos três anos analisados, além de ser uma empresa consolidada no mercado demonstrando o seu desempenho positivo no mercado de ações.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No presente trabalho, buscou-se questionar qual o comportamento econômico financeiro das empresas varejistas *e-commerce* listadas no Índice Bovespa da B3 durante a pandemia de COVID-19. A análise realizada no estudo foi referente aos anos de 2019, 2020 e 2021, período em que a economia mundial passou por instabilidades e desequilíbrios em virtude da pandemia.

Diante do exposto, pode-se concluir que a compreensão das análises dos quatro grupos de indicadores financeiros - Liquidez, Rentabilidade, Endividamento e Mercado - torna-se uma importante base de informação, visando ajudar os gestores e investidores a tomar decisões mais assertivas, visto que assim torna-se possível demonstrar a ampla situação econômica das empresas.

Nesse sentido, o comportamento econômico das empresas analisadas foi considerado a partir do aumento de seu endividamento nos anos descritos. Entretanto, no que se refere à liquidez e à rentabilidade positiva, em quase todas elas pode-se

perceber que conseguiram equilibrar seu desempenho econômico durante a crise. Isso ocorreu pelo fato de que estas empresas conseguiram manter suas vendas por meio do e-commerce, além de demonstrar índices de mercado com potenciais oportunidades de investimento ao longo prazo.

Assim, os resultados analisados confirmam as hipóteses de que as empresas varejistas e-commerce listadas no Índice Bovespa da B3, tiveram impacto durante a crise da pandemia do COVID-19, nos seus principais indicadores financeiros. Porém, sugere-se que estudos posteriores busquem uma análise fundamentalista mais aprofundada dessas empresas e dos anos futuros pós-pandemia, visto que desse modo será possível obter uma melhor compreensão das ações que essas empresas seguiram para se adaptar aos efeitos causados.

## 5. REFERÊNCIAS

ANTONIK, Luis Roberto; MULLER, Aderbal Nicola. **Análise Financeira-Uma Visão Gerencial**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2020

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2002

B3. Empresas Listadas. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/ciaslistadas/empresas-listadas/BuscaEmpresaListada.aspx?idioma=pt-br>> Acesso em: 20 mar. 2022.

BERNARDES, J. R.; DE SOUSA SILVA, B. L.; LIMA, T. C. F. **Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios**. Revista da FAESF, v. 4, 2020. Disponível em: <<https://www.faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/view/115>> Acesso em: 21 de mai. 2022.

BISCARO, E. T.; FISCHER, A. C. **A importância da análise financeira na tomada de decisão. revista de extensão e iniciação científica da unisociesc**, v. 6, n. 1, 2019. Disponível em: <<https://reis.unisociesc.com.br/index.php/reis/article/view/144/152>>

DINIZ, Natália. **Análise das demonstrações financeiras**. Rio de Janeiro: SESES, 2015.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços: abordagem gerencial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. São Paulo: Grupo GEN, 2016. Disponível em:



<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008821/>> Acesso em: 01 dez. 2022.

MORESI, Eduardo et al. **Metodologia da pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, v. 108, n. 24, p. 5, 2003. Disponível em: <[https://www.academia.edu/8532251/Metodologia da Pesquisa PR%C3%93 REITORIA DE P%C3%93S GRADUA%C3%87%C3%83O PRPG PPROGRAMA DE P%C3%93S GRADUA%C3%87%C3%83O STRICTO SENSU EM GEST%C3%83O?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitations&from=cover\\_page](https://www.academia.edu/8532251/Metodologia_da_Pesquisa_PR%C3%93_REITORIA_DE_P%C3%93S_GRADUA%C3%87%C3%83O_PRPG_PPROGRAMA_DE_P%C3%93S_GRADUA%C3%87%C3%83O_STRICTO_SENSU_EM_GEST%C3%83O?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitations&from=cover_page)>. Acesso: 07 de abril de 2022.

NETO, A. A. **Estruturas e Análise de Balanços - Um Enfoque Econômico-financeiro**: Grupo GEN, 2020. 9788597024852. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597024852/>. Acesso em: 08 Nov 2022

NETO, Ricardo Borges Gama. **Impactos da covid-19 sobre a economia mundial**. Boletim de Conjuntura (BOCA), v. 2, n. 5, p. 113-127, 2020. Disponível em: <<https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/134/133>>

REGERT, Rodrigo et al. **A importância dos indicadores econômicos, financeiros e de endividamento como gestão do conhecimento na tomada de decisão em tempos de crise**. Revista Visão: Gestão Organizacional, v. 7, n. 2, p. 67-83, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.33362/visao.v7i2.1579>. Acesso em: 07 de abril 2022.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, Ca. F.; LUCIO, M. del Pilar B. **Metodologia de Pesquisa**. : Grupo A, 2013. E-book. ISBN 9788565848367. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/489757466/metodologia-pesquisa-Roberto-Sampieri-Carlos-Collado-Maria-Lucio-2013>> Acesso em: 01 dez. 2022

### CAPÍTULO 3: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2020

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2002

AZZOLIN, Laudelino José. **Análise das demonstrações contábeis**. Curitiba: IESDE, Brasil, 2012.

B3. Empresas Listadas. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/ciaslistadas/empresas-listadas/BuscaEmpresaListada.aspx?idioma=pt-br>> Acesso em: 20 mar. 2022.

CANITO, Andréia Reis Ruas; DA COSTA, Marcus José Gomes; CAMPOS, Mauro Forlan Duarte. **Análise de Balanço: uma discussão sobre as limitações na interpretação dos índices de liquidez**. NEGÓCIOS EM PROJEÇÃO, v. 9, n. 1, p. 316-328, 2018. Disponível em: <<https://revista.faculdadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao1/article/view/855>>

COSTA, Israel Januth; VARGAS, Jaderson. **Análise fundamentalista e análise técnica: agregando valor a uma carteira de ações**. Destarte, v. 1, n. 1, p. 9-25, 2020. Disponível em: <<http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/destarte/article/view/8728>> Acesso em: 20 de março 2022.

DINIZ, Natália. **Análise das demonstrações financeiras**. Rio de Janeiro: SESES, 2015.

FERRAZ, P. S., DE SOUSA, E. F., & NOVAES, P. V. G. (2017). **Relação entre Liquidez e Rentabilidade das empresas listadas na BMF&BOVESPA**. ConTexto, v. 17, n. 35, 2017. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/ConTexto/article/view/64494/pdf>>

FRIEDRICH, João; BRONDANI, Gilberto. **Fluxo de caixa—sua importância e aplicação nas empresas**. Revista eletrônica de contabilidade, v. 2, n. 2, p. 135, 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/contabilidade/article/view/115/3963>>

MARION, José Carlos. **Análise das Demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007

MARQUES, Wagner Luiz. **Fluxo de caixa**. Paraná: Clube de Autores, 2011.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços: abordagem gerencial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MENESES, Anderson; MARIANO, Fabrício. **Mercado financeiro: Série provas e concursos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MÜLLER, Vilma Nilda. **E-commerce: venda pela internet**. 2013. 43p. Monografia (Bacharelado) - Instituto de Ensino Superior de Assis, Fundação Educacional do Município de Assis, São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1011260193.pdf>>

PADOVEZE, C. L.; BENEDICTO, G. C. **Análise das Demonstrações Financeiras**. 2 ed. São Paulo, 2007.

PESENTE, Ronaldo. **Mercados financeiros**. - Salvador: UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis; Superintendência de Educação a Distância, 119 p, 2019.

PINHEIRO, J. L. **Mercado de capitais: fundamentos e técnicas**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PINHO, L. A.; ROCHA, J. S. **Contabilidade introdutória I**. Salvador, BA: UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis, Superintendência de Educação a Distância, 139p, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/24421>>

RIBEIRO, O. M. **Estrutura e análise de balanços**. São Paulo: Saraiva UNI, 2015. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502621879/>>

SÁ, Carlos A. **Fluxo de Caixa: A Visão da Tesouraria e da Controladoria**. 5 ed. São Paulo: Grupo GEN, 2014.

SALOTTI, B. M.; LIMA, G. A. S. F.; MURCIA, F. D.; MURCIA, F. D. R.; MALACRIDA, M. J. C.; PIMENTEL, R. C. **Contabilidade Financeira**. São Paulo: Grupo GEN, 2019. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597022476>>

TÉLES, Cristhiane Carvalho. **Análise dos Demonstrativos Contábeis: Índices de Endividamento**. 2003. Disponível em: <[http://www.peritocontador.com.br/artigos/colaboradores/Artigo\\_-\\_ndices\\_de\\_Endividamento.pdf](http://www.peritocontador.com.br/artigos/colaboradores/Artigo_-_ndices_de_Endividamento.pdf)>

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Finanças Aplicadas para Empresas de Sucesso**. São Paulo: Atlas, 2012